

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza vývoje hospodaření a současného stavu podniku

Analysis of Economical Development and the Present State of an Enterprise

Student: Veronika Bajerová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

Ostrava 2010

Zadání bakalářské práce

Student:

Veronika Bajerová

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

6208R037 Management

Téma:

Analýza vývoje hospodaření a současného stavu podniku
Analysis of Economical Development and the Present State of an
Enterprise

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska
 3. Představení společnosti
 4. Aplikační část
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. 256 s. ISBN 80-7179-603-4.
PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. 1. vyd. Přel. K. Kvapil. Praha: Victoria Publishing, 1994. 403 s.
ISBN 80-85605-11-2.
RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-2481-2.

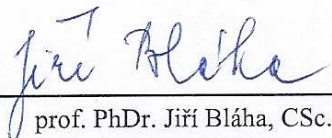
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 07.05.2010




prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 7. 5. 2010

.....
Veronika Bajerová

Na tomto místě bych chtěla poděkovat paní Marii Navrátilové za její vstřícný přístup a poskytnuté informace, které přispěly k vypracování mé bakalářské práce.

V Ostravě dne 7. 5. 2010

Obsah

1. Úvod	1
2. Teoretická východiska	2
2.1. Předmluva	2
2.2. Analýza okolí	3
2.2.1. Analýza vlivu makrookolí	4
2.2.2. Analýza vlivu mikrookolí	7
2.3. Finanční analýza	11
2.3.1. Co je to finanční analýza a k čemu slouží	11
2.3.2. Zdroje informací pro finanční analýzu	11
2.3.3. Metody finanční analýzy	12
2.3.4. Analýza absolutních ukazatelů	13
2.3.5. Analýza poměrových ukazatelů	14
2.3.6. Souhrnné ukazatele	18
2.3.7. Slabé stránky FA	20
2.4. SWOT analýza	20
3. Charakteristika podniku	22
3.1. Úvodní informace	22
3.2. Nabízené služby a produkty	23
3.3. Certifikáty a kvalifikace	24
3.4. Organizační struktura	25
3.5. Zaměstnanci	26
3.6. Sídlo a pobočky společnosti	27
4. Aplikační část	28
4.1. PEST	28
4.1.1. P - politické a legislativní faktory	28
4.1.2. E - ekonomické faktory	31
4.1.3. S - sociální faktory	34
4.1.4. T - technické a technologické faktory	35
4.2. Porterův model pěti konkurenčních sil	36
4.2.1. Konkurenti v odvětví	36
4.2.2. Odběratelé	37
4.2.3. Dodavatelé	38
4.2.4. Substituční výrobky	38
4.2.5. Potenciální konkurenti	39
4.3. Zhodnocení analýzy okolí a doporučení	40
4.4. Finanční analýza	41
4.4.1. Analýza absolutních ukazatelů	41
4.4.2. Poměrová analýza	44
4.4.3. Souhrnný index hodnocení - Index důvěryhodnosti	49
4.5. Zhodnocení finanční situace a návrhy řešení	50
4.6. Kompletní zhodnocení, doporučení a návrhy řešení	53
4.7. SWOT analýza	54
5. Závěr	55
Seznam použité literatury	56
Seznam zkratk	
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
Seznam příloh	

1. Úvod

K nejdiskutovanějším tématům od roku 2008 patří mezi jinými i velice často skloňovaný výraz celosvětová ekonomická krize. Vše začalo pádem dvou největších hypotečních bank v USA – Fannie Mae a Freddie Mac, poté začaly skomírat i další americké finanční instituce. Klíčovým okamžikem byl pád americké investiční banky Lehman Brothers, což mělo za následek vlnu rekordních bankrotů. Tyto problémy se postupně přelily do celého světa a v roce 2008 dorazily i do České republiky. Ekonomika země překročila svůj hospodářský vrchol a dosavadní ekonomický růst vystřídal pokles, který se díky krizi ještě více urychlil.

Podniky jsou nuceny kvůli nízké poptávce po jejich zboží a službách omezit výrobu, pozastavit své investiční záměry, propouštět zaměstnance. Ty slabší bohužel nepřežijí. O velkých ztrátách se hovoří u automobilového průmyslu, který je jakýmsi tahounem české ekonomiky. Dotčeny jsou ale i ostatní obory.

Pro podniky je toto období velice nesnadné, každý z nich hledá cesty, jak se z téhle nepříznivé situace dostat. Snaží se odstraňovat své slabé stránky a naopak využít co nejefektivněji ty silné. Pro každého schopného manažera by měla být tato situace výzvou, měl by se ji snažit úspěšně vyřešit a vytěžit z ní co nejvíc.

Téma mé bakalářské práce jsem si vybrala díky aktuálně probíhající celosvětové ekonomické krizi, kdy se budu snažit zanalyzovat vývoj hospodaření podniku ENCO group, s. r. o. za doby jeho existence, tzn. od r. 2004, prozkoumat zda došlo ke změnám v důsledku ekonomické krize a také zmapovat současný stav podniku.

Cílem mé práce tedy bude zanalyzovat a zhodnotit vývoj hospodaření a současný stav mnou vybraného podniku.

Dosáhnout mého vytyčeného cíle chci pomocí finanční analýzy podniku, kterou budu provádět za období 2004 – 2009. Použiji také SWOT analýzu, pomocí které zmapuji silné a slabé stránky podniku, hrozby a příležitosti, Porterův model konkurenčních sil a také PEST analýzu.

2. Teoretická východiska

2.1. Předmluva

Podniky v současné době musí bojovat s daleko více překážkami než dříve - s neduhy, jež s sebou přináší celosvětová ekonomická krize. Čelí problémům jako jsou snížená poptávka po jejich produkci, nedostatku financí, nemožnosti dalšího rozvoje a provádění investičních záměrů. S tím vším také souvisí existenční problémy.

Podniky by měly nyní daleko více zvažovat a promýšlet své kroky. Měly by velice dobře vědět, jakými zdroji disponují, kde by se mohly zlepšit, čeho ze svých schopností mohou využít. Bezesporu by měly znát také okolí jež je obklopuje a značným způsobem ovlivňuje. Na to vše jim může odpovědět strategická analýza, která je východiskem pro formulaci strategie. Každý podnik, aby si vytvořil konkurenční výhodu, musí mít vytvořenou strategii. Jejím nejvýznamnějším úkolem, jak říká Sedláčková (2000, str. 3), „je připravit podnik na všechny situace, které s velkou pravděpodobností mohou v budoucnu nastat“ – tedy i na tu, jež podstupují podniky nyní.

Proces formulování strategie je komplikovaný, identifikují se při něm vnější faktory, jež působí na podnik, a porovnávají se se schopnostmi podniku a zdroji, které má k dispozici.

Jak už téma mé bakalářské práce napovídá, chci pomocí několika analýz – jež jsou součástí právě zmíněné strategické analýzy, zmapovat, jak si mnou vybraný podnik vedl a jak je na tom teď, v době, kdy mnoho firem končí svou působnost, protože nedokáží čelit tak velkému „nepříteli“ – celosvětové ekonomické krizi.

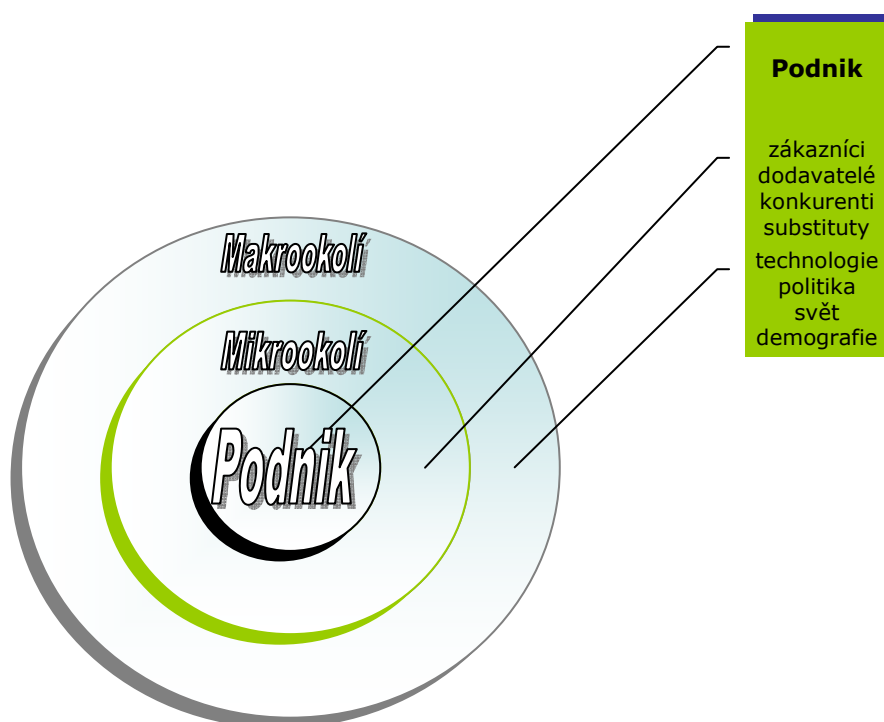
Budu mapovat dva okruhy, jež jsou velice propojené, tedy vnější okolí podniku, vnitřní zdroje a schopnosti podniku. V následující části proto nejprve uvedu teoretický základ, poté se budu věnovat již praktickému provedení analýz.

2.2. Analýza okolí

Podstatou analýzy okolí je to, že se snaží identifikovat a následně provést rozbor faktorů okolí podniku, které s ním bezprostředně souvisí a ovlivňují ho. Jejím cílem pak je využít co nejlépe ty faktory, které vytváří pro podnik příležitosti a vyhnout se či alespoň zmírnit zase ty faktory, které jsou nebo mohou být ohrožením.

Při této analýze se zohledňuje ta skutečnost, že na podnik působí faktory jak na makro úrovni, tak i na mikro úrovni. O makrookolí můžeme říci, že je pro všechny podniky společné, zatímco mikrookolí působí odlišně podle toho, v jakém podnikatelském prostředí se podnik nachází. Lépe lze toto rozdělení pochopit z obr. 2.1.

Obr. 2.1 Okolí podniku



Zdroj: vlastní zpracování dle Dedouchové (2001)

2.2.1. Analýza vlivu makrookolí

Analýza vlivu makrookolí se zabývá identifikací faktorů, které na podniky působí na makro úrovni. Tyto faktory jsou pro ně společné a formulují určité obecně platné podmínky, za kterých je možné v dané zemi podnikat. Makrookolí zahrnuje okruh veškerých politických, ekonomických, sociálních a technologických vlivů, kterým konkrétní podnik podléhá a vesměs je nemůže ovlivnit. Může je však předvídat, zakomponovat je do svých rozhodnutí a aktivně na ně reagovat. Veškerá tato počínání působí určitou měrou na podnikový zisk, také ovlivňují poptávku a tedy i úspěšnost a konkurenceschopnost podniku.

Mezi metody používané k analýze vlivu makrookolí patří PEST analýza a metoda „4C“. Zatímco první mnou zmíněná metoda identifikuje politické, ekonomické, sociální a technologické faktory makrookolí, tak metoda „4C“ se používá v případě rozhodování o expanzi na zahraniční trhy a zohledňuje tyto faktory: zákazníci, národní specifika, náklady, konkurence.

Tyto metody si kladou za cíl podnítit a ovlivnit manažery, aby pochopili význam faktorů makrookolí a viděli souvislosti mezi nimi. Je také velice důležité, aby dokázali odhadnout účinky případných změn v makrookolí podniku a stali se vnímavějšími k případným příležitostem a hrozbách, které z těchto účinků plynou. Sledovat vlivy makrookolí je pro podnik značně významné, neboť mohou ovlivnit jeho efektivnost, úspěšnost a mělo by být prováděno průběžně.

2.2.1.1. PEST

Tato metoda se používá k analýze vlivu makrookolí, tedy k identifikaci faktorů, které různou měrou ovlivňují podnik. Za klíčové indikátory považuje tyto:

- **Politické a legislativní faktory** – mohou představovat pro podnik jak hrozby tak i příležitosti, patří mezi ně např. antimonopolní zákony, politická stabilita, daňová politika, regulace v oblasti zahraničního obchodu, znečišťování ovzduší atd.
- **Ekonomické faktory** – vyplývají ze stavu ekonomiky, který ovlivňuje schopnost podniku dosáhnout požadované a odpovídající výnosnosti, mezi faktory bezprostředně ovlivňující makroekonomické okolí patří: míra ekonomického růstu, míra inflace, směnný kurs, úroková míra, daňová politika, nezaměstnanost, kupní síla atd.
- **Sociální a demografické faktory** – zahrnují postoje, životní styl obyvatelstva, odrážejí vlivy přeměny složení populace, mobilitu, úroveň vzdělání atd.
- **Technické a technologické faktory** – tempo technologických změn se neustále zrychluje, aby podnik obstál v konkurenčním prostředí, měl by neustále sledovat technické a technologické změny a provádět inovační činnost, mezi technické a technologické faktory patří zejména nové objevy, změny technologie, výdaje na vědu a výzkum, rychlost zastarávání aj.

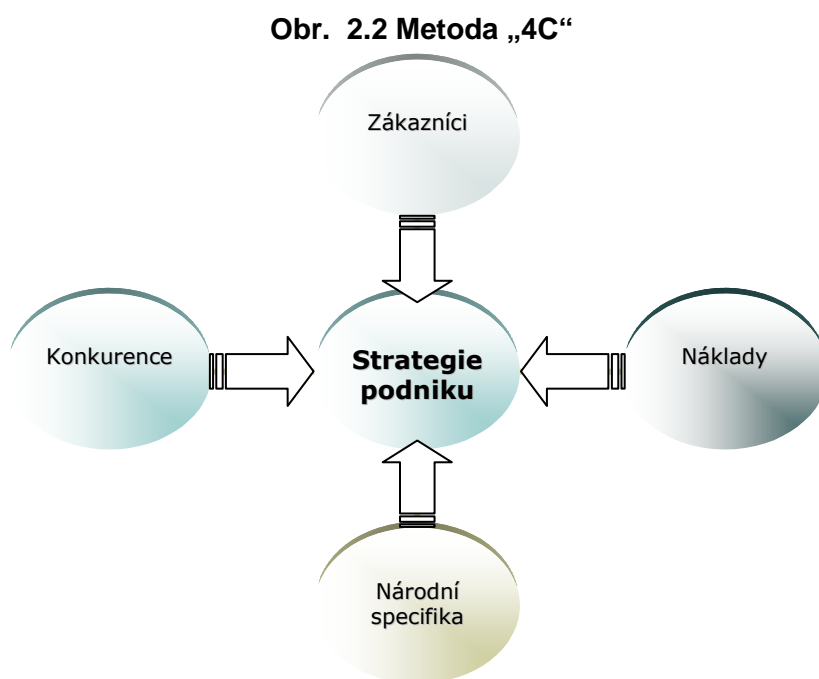
Cílem této metody není vytvořit vyčerpávající seznam faktorů, které ovlivňují podnik, ale spíše nalézt a vybrat přesně ty, které nejvíce ovlivňují konkrétní podnik. Při nacházení těchto vlivů se často používá predikce a proto musíme počítat se značným stupněm nejistoty. Schopnost podniku identifikovat tyto faktory, pochopit jejich rozsah a vypořádat se s nimi je velice významná a je dokázáno, že podniky, které toto umí, dosahují lepších výsledků.

2.2.1.2. Metoda „4C“

Většina podniků začíná svou podnikatelskou činnost realizovat na domácí trhu. Některým z nich se však podaří být natolik úspěšnými a ambiciózními, že jim domácí trh stačit nebude a chtějí expandovat i na trhy zahraniční. V současnosti, kdy jsme členy Evropské Unie a Schengenského prostoru, jsou odstraněny překážky mezinárodního obchodu, a tudíž to není vůbec žádný problém. Podnik však musí

čelit zvýšené konkurenci. K analýze faktorů globalizace a současně lokálních podmínek slouží právě tato metoda. Napomáhá nám v možných rozhodnutích, zda expandovat na zahraniční trhy, případně na které.

Označení této metody je odvozeno od anglických zkratk čtyř skupin faktorů, na kterých je tato metoda založena a to: Customers (zákazníci), Country (národní specifika), Competitors (konkurence), Costs (náklady). Přehledněji ukazuje toto rozdělení obr. 2.2.



Zdroj: vlastní zpracování dle Sedláčkové (2000)

V rámci každé skupiny se objevují faktory, kterými je nutné se zabývat a vyřešit je. Jsou to tyto:

- **zákazníci** – v rámci této kategorie je nutné si ujasnit jaké jsou požadavky zákazníků (zda jsou homogenní nebo se liší), stanovit si zda budeme používat jednotnou marketingovou strategii nebo pro každé země jinou
- **náklady** – jedná se o řízení nákladů na vývoj, které jsou v některých odvětvích velice vysoké, také výnosů z rozsahu a nákladů na dopravu

- národní specifika – je důležité brát v potaz, že některé země stojí mimo společné obchodní politiky, mohou uplatňovat odlišné specifikované i kulturní a institucionální normy
- konkurence – jedná se o tlaky vzniklé díky globalizaci

2.2.2. Analýza vlivu mikrookolí

Jedním z významných úkolů manažerů v rámci strategické analýzy je zmapovat nejen faktory makroprostředí, ale také odvětví, ve kterém podnik působí a konkurenční síly, jež na něj tlačí – souhrnně můžeme tyto vlivy zařadit do mikroprostředí. Cílem této analýzy pak tedy je, všechny tyto vlivy a síly identifikovat, protože se díky nim stává odvětví pro podniky více nebo méně atraktivním.

Na začátku je důležité charakterizovat relevantní odvětví, tzn. takové, ve kterém podnik působí a soutěží. Stěžejní je vymezit síly, které ovlivňují změny, vývoj a trendy v odvětví, ale také faktory, které jsou vodítkem k úspěchu či neúspěchu. Navazující částí analýzy odvětví je analýza konkurenčních sil, která zkoumá konkurenci v odvětví. V rámci ní je rozebírána konkurenční situace a intenzita konkurenčních tlaků, ty totiž mohou přivést podnik do nemalých obtíží.

2.2.2.1. Analýza odvětví

Cílem analýzy odvětví je odhalit faktory, které způsobují změny v odvětví a spočívá v:

- *určení základních charakteristik odvětví* – odvětvím se rozumí skupina podniků, která produkuje výrobky jež uspokojují stejnou potřebu a která soutěží o stejného zákazníka, jednotlivá odvětví si jsou velmi odlišná a jejich charakteristiky jsou v rámci dopadu na podnikovou strategii značně významné, mezi faktory obecně používané pro popis základních charakteristik patří: velikost trhu, zákazníci, vstupní a výstupní bariéry, fáze životního cyklu, výrobní inovace atd.
- *pochopení odvětvové struktury* – úspěch podniku závisí do jisté míry i na tom, jací konkurenci se v odvětví nachází, pokud v něm bude existovat dominantní podnik, bude moci tento podnik také určovat podmínky „hry“, které budou muset ostatní konkurenti akceptovat, pokud tam však budou podnik s rámcově podobným tržním podílem, je třeba klást důraz na diferenciaci svých produktů či služeb

- *použití analytického nástroje* = mapy konkurenčních skupin – jde o rozdělení konkurenčních podniků v odvětví do skupin například podle tržní strategie, kterou uplatňují nebo podle podobných záměrů
- *analýza životního cyklu odvětví* – pro podniky je důležité zjistit, v jaké fázi se odvětví nachází a patřičně se tomu přizpůsobit, ke každé fázi pak náleží určitá strategie

2.2.2.2. Analýza konkurenčních sil

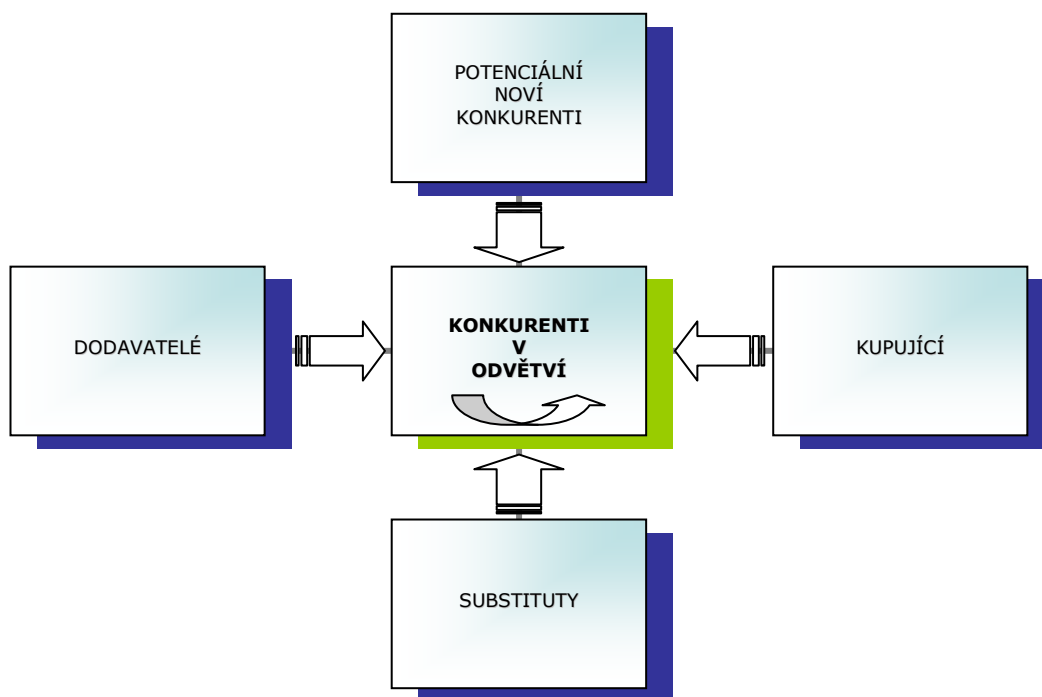
Úkolem manažerů v rámci analýzy mikrookolí je také provést rozbor konkurenčních sil, které v určitém odvětví působí. Ty mohou zcela zásadně ovlivnit pozici a úspěšnost podniku. Pokud se totiž takovýto podnik nachází v odvětví, jež je velice atraktivní, může se dostat díky svým silnějším rivalům do nepříznivé situace. Je proto velice důležité mít zpracovanou analýzu konkurenčních sil, která se snaží identifikovat zdroje a intenzitu konkurenčních tlaků a porozumět konkurenčním pravidlům. Přímo navazuje na analýzu odvětví, protože právě odvětví je nejbližším prostředím, ve kterém mezi sebou rivalové soupeří a kde tedy dochází ke střetu konkurenčních sil.

Významnou osobou, která vytvořila jakýsi rámec pro tuto analýzu a tudíž vyvinula tzv. model pěti konkurenčních sil, je americký ekonom Michael Eugene Porter¹. Hlavním účelem tohoto modelu je identifikovat a pochopit síly, jež působí v daném prostředí, a vytýčit ty, které jsou stěžejní pro budoucí vývoj podniku a které může management ovlivnit svými strategickými rozhodnutími. Porterův model považuje za hybné síly konkurence v odvětví tyto (obr.2.3):

- konkurenční síla vyplývající z rivality mezi konkurenčními podniky
- vyjednávací pozice kupujících
- vyjednávací pozice dodavatelů
- konkurenční síla vyplývající z hrozby substitučních výrobků
- rizika vstupu potenciálních konkurentů

¹ Michael Eugene Porter (* 1947) je americký ekonom a profesor podnikového řízení na Harvard Business School, odborník v oblasti konkurenční strategie a konkurenceschopnosti

Obr. 2.3 Model pěti konkurenčních sil



Zdroj: vlastní zpracování

Rivalita mezi konkurenčními podniky

Můžeme říci, že jde o nejsilnější konkurenční sílu. Podniky mezi sebou soupeří a chtějí získat výhodné postavení. Tento konkurenční boj může nabývat různé intenzity a být provozován pomocí různých forem, ať už to jsou reklamní kampaně, díky nimž se podniky snaží zaujmout a prodat co nejvíce svých výrobků či služeb, nebo zlepšují servis a záruku pro zákazníky. Pokud je rivalita mezi podniky slabá, znamená pro ně příležitosti v podobě možného zvyšování cen a tím i dosahování vyššího zisku. Naopak je tomu v případě, že intenzita soupeření je velká. Vzniká cenová konkurence a do popředí se dostává hrozba pro ziskovost. Velikost rivality je dána jak strukturou mikrookolí, tak poptávkovými podmínkami a výstupními bariérami.

Vyjednávací pozice kupujících

Odběratelé neboli kupující mohou s odvětvím soupeřit tak, že se snaží o to, aby byly prodejní ceny co nejnižší a kvalita služeb a výrobků naopak co nejvyšší. Tím způsobují, že výrobní náklady stoupají. Můžeme říci, že pokud jsou kupující v relativně slabé pozici, je to pro podnik příležitostí pro zvyšování cen a získání vyššího zisku.

Vyjednávací síla dodavatelů

Dodavatelé mohou být určitou hrozbou pro podniky z toho důvodu, že jim poskytují nezbytné zdroje a tím disponují určitou silou a vlivem. Mohou totiž ovlivňovat zisk těchto podniků tím, že zvýší ceny vstupů. Ony pak na toto reagují zvyšováním cen nebo snižováním kvality svých výstupů.

Hrozba substitučních výrobků

Všechny podniky v odvětví soupeří také v širším pojetí s odvětvími, které produkují substituční výrobky. Za substituty lze považovat takové dva výrobky, které plní tutéž funkci a spotřebitel může zaměňovat spotřebu jednoho za spotřebu druhého. Je také dáno, že pokud se změní cena substitutu, změní se také jeho poptávka, tedy jestli se zvýší cena jednoho takového výrobku, zvýší se automaticky poptávka po druhém – substitučním. Velikost hrozby substitučních výrobků je určována několika faktory: relativní výši cen substitutů, jejich odlišností a také náklady na změnu.

Riziko vstupu potenciálních konkurentů

Podniky, které si prozatím nekonkurují, ale v budoucnu mohou, protože mají schopnost se stát konkurenty, můžeme nazvat potenciálními. Tyto podniky mohou přinést do odvětví nové dodatečné kapacity, získat tržní podíl a značné zdroje, což může vést k tomu, že porostou náklady nebo dojde ke stlačení cen, a tím se sníží ziskovost. Tato hrozba vstupu potenciálních konkurentů do odvětví je závislá na existujících bariérách, které brání vstupu dalším podnikům do určitého mikrookolí, ale také na reakci stávajících účastníků.

2.3. Finanční analýza

2.3.1. Co je to finanční analýza a k čemu slouží

Finanční analýza je významnou a nedílnou součástí podnikového řízení, je jeho neoddělitelným prvkem. Jejím hlavním smyslem je přichystání podkladů k různým druhům rozhodování v podniku a je pak pro management společnosti jakousi kontrolou či zpětnou vazbou mezi efektem, který z těchto rozhodnutí plyne a skutečností. Poskytuje informace o tom, kam podnik díky svým rozhodnutím v různých oblastech došel a například také to, kde nastala situace, které se chtěl vyvarovat.

Finanční analýza je úzce spjata s finančním účetnictvím, které poskytuje informace pro finanční řízení a rozhodování pomocí svých výkazů, tedy rozvahy, výkazu zisků a ztrát a výkazu o peněžních tocích. Základním zdrojem finanční analýzy jsou právě tyto zmíněné výkazy. Účetnictví jako takové ale nemá velkou vypovídací schopnost, protože lze říci, že zobrazuje „holá“ data - a to buď v podobě absolutních stavových veličin k určitému datu nebo tokových veličin za určité období. Tento nedostatek ve vypovídací schopnosti pokrývá právě finanční analýza, která se snaží dát těmto datům význam, vytěžit co nejvíce informací, podchytit souvislosti a dojít k určitým závěrům. Zkoumá a hodnotí, jak se podnik vyvíjel za určité časové období, zda je finančně zdravý, a zkoumá také jeho finanční perspektivy. Je to formalizovaná metoda, která poukazuje nejen na silné stránky podniku, ale také pomáhá odhalit případné poruchy v jeho finančním zdraví.

2.3.2. Zdroje informací pro finanční analýzu

Kvalita informací je velice důležitá, protože na ni závisí úspěšnost finanční analýzy. Informace, které používáme k sestavení finanční analýzy, musí být nejen kvalitní, ale také komplexní a to z toho důvodu, že musíme podchytit veškerá data, která by mohla ovlivnit výsledky hodnocení finančního zdraví firmy.

Základními zdroji informací pro finanční analýzu jsou dle Dluhošové (2006) tyto výkazy:

- výkazy finančního účetnictví – jde o výkazy externí, které poskytují informace hlavně externím uživatelům
 - přehled o stavu a struktuře majetku a zdrojích jeho krytí (Rozvaha)

- přehled o tvorbě a užití výsledku hospodaření (Výkaz zisku a ztrát)
- přehled o pohybu peněžních toků (Cash Flow)
- výkazy vnitropodnikového účetnictví – podnik si je formuje dle svých potřeb, mají interní charakter
 - výkazy zobrazující vynakládání podnikových nákladů v různém členění
 - výkazy o spotřebě nákladů atd.
- ostatní zdroje
 - finanční informace – jde o různé výroční zprávy, prognózy analytiků a vedení firmy, burzovní informace, vnitropodnikové informace, komentáře odborného tisku atd.
 - nefinanční informace – patří zde například firemní statistiky produkce, normy spotřeby, interní směrnice, prospekty

2.3.3. Metody finanční analýzy

Existuje mnoho metod, které umožňují zhodnotit finanční zdraví podniku. Při aplikaci těchto metod je ale třeba dbát na jejich volbu, která by měla být provedena s ohledem na účel, pro který je sestavována, také na nákladnost, spolehlivost a je důležité si uvědomit, komu jsou výsledky určeny.

Metody finanční analýzy lze členit opravdu různě. Pavelková (2008) je dělí takto:

1. Elementární metody

- analýza absolutních ukazatelů (analýza trendů, procentní rozbor)
- analýza rozdílových a tokových ukazatelů (analýza fondu peněžních prostředků, analýza cash-flow)
- analýza poměrových ukazatelů (ukazatelé likvidity, ukazatelé rentability, ukazatelé aktivity, ukazatelé zadluženosti, ukazatelé kapitálového trhu)
- analýza soustav ukazatelů
- souhrnné ukazatele hospodaření

2. Vyšší metody

- matematicko-statistické metody (regresní analýza, diskriminační analýza aj.)
- nestatistické metody

V praktické části své bakalářské práce se budu věnovat elementárním metodám - zejména analýze absolutních ukazatelů, poměrových ukazatelů a také použiji souhrnný ukazatel hospodaření, konkrétně model IN.

2.3.4. Analýza absolutních ukazatelů

Analýza absolutních ukazatelů v sobě zahrnuje především horizontální (analýza trendů) a vertikální analýzu (procentní rozbor). Vychází se přímo z účetních výkazů.

Horizontální analýza (analýza trendů)

Při aplikaci této metody poměříme, jak se změnily jednotlivé položky účetního výkazu. Tyto změny jsou vyjádřeny absolutně, ale také relativně, tzn. v %. Protože porovnáváme údaje na řádcích, jde o horizontální analýzu. Tato analýza posuzuje časové změny, díky nimž mohou být odhalovány trendy, avšak je nutné mít údaje za dostatečně dlouhý časový horizont.

Vzorec pro výpočet:

$$\text{absolutní změna} = U_t - U_{t-1} \quad (2.1)$$

$$\text{relativní změna} = \frac{U_t - U_{t-1}}{U_{t-1}} \quad (2.2)$$

kde U_t je hodnota ukazatele v běžném roce a U_{t-1} hodnota ukazatele v roce předchozím

Vertikální analýza (procentní rozbor)

Zatímco horizontální analýza sleduje změny položek v jednotlivých letech, tak vertikální analýza se zaměřuje spíše na vnitřní skladbu položek v účetních výkazech, kdy se vypočítává podíl určité položky k sumě (základně). Touto základnou je v rozvaze suma aktiv či pasiv, ve výkazu zisku a ztrát velikost tržeb.

Vzorec pro výpočet:

$$\text{podíl na celku} = \frac{U_i}{\text{základna}} \quad (2.3)$$

kde U_i je hodnota dílčího ukazatele

2.3.5. Analýza poměrových ukazatelů

Analýza poměrových ukazatelů je jednou z nejpoužívanějších metod sloužících pro zhodnocení finančního zdraví podniku. Poměrové ukazatele vyjadřují vzájemný vztah dvou vybraných položek účetních výkazů tak, že je dávají do podílu. Do poměru však lze dávat pouze položky, které mají mezi sebou vzájemnou souvislost, tím pak dosáhneme určité vypovídací schopnosti. K základním poměrovým ukazatelům jsou nejčastěji řazeny: ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti, likvidity a kapitálového trhu. Ke každé z těchto kategorií v další části uvedu několik ukazatelů, ty pak jenom ve stručnosti popíšu a uvedu vzorec pro výpočet, podrobněji se jim budu věnovat v rámci praktické části.

Ukazatele rentability

Ukazatele rentability neboli výnosnosti poměřují zisk s veličinami, které byly na vytvoření tohoto zisku vynaloženy. Zisk může být vyjádřen v různých podobách: EBIT (zisk před úroky a daněmi), EAT (zisk po zdanění), EBT (zisk před zdaněním) aj.

Jak tvrdí Růčková (2007, str.44) „Rentabilita je měřítkem schopnosti podniku vytvářet nové zdroje, dosahovat zisku použitím investovaného kapitálu. Je vlastně formou vyjádření míry zisku, která je hlavním kritériem alokace kapitálu“. K ukazatelům rentability patří: rentabilita aktiv (ROA), rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu (ROCE), rentabilita vlastního kapitálu (ROE), rentabilita tržeb (ROS), rentabilita nákladů. Všechny výše jmenované by měly mít v čase rostoucí tendenci.

$$\text{rentabilita aktiv (ROA)} = \frac{EBIT}{\text{aktiva}} \quad (2.4)$$

Vyjadřuje jak je firma celkově efektivní.

$$ROCE = \frac{EBIT}{\text{vlastní kapitál} + \text{dlouhodobé dluhy}} \quad (2.5)$$

Vyjadřuje jak se zhodnotila veškerá aktiva společnosti financována jak cizím tak vlastním dlouhodobým kapitálem.

$$ROE = \frac{EAT}{\text{vlastní kapitál}} \quad (2.6)$$

Vyjadřuje celkovou výnosnost vlastních zdrojů a jejich zhodnocení.

$$ROS = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{tržby}} \quad (2.7)$$

Vyjadřuje kolik zisku je dosaženo z 1 Kč tržeb.

$$\text{rentabilita nákladů} = \frac{EAT}{\text{celkové náklady}} \quad (2.8)$$

Vyjadřuje kolik zisku je dosaženo z 1 Kč nákladů.

Ukazatele aktivity

„Jako ukazatele aktivity jsou souhrnně označovány ukazatele relativní vázanosti kapitálu v různých formách aktiv, jak krátkodobých, tak dlouhodobých“, říká Dluhošová (2006, str.83). Informují, zda a jak podnik hospodaří se svými aktivy. Mohou být vyjádřeny ve dvou formách, buďto jako doba obratu nebo jako počet obrátek. Trend u jednotlivých ukazatelů je odlišný, např. u ukazatel obrátka celkových aktiv má mít v čase rostoucí trend, naopak doba obratu aktiv či zásob má mít trend klesající.

$$\text{obrátka celkových aktiv} = \frac{\text{tržby}}{\text{celková aktiva}} \quad (2.9)$$

Vyjadřuje kolikrát jsme schopni tržbami pokrýt aktiva.

$$\text{doba obratu závazků} = \frac{\text{krátkodobé závazky}}{\text{tržby}} \times 360 \quad (2.10)$$

Vyjadřuje jak rychle jsou spláceny závazky firmy.

$$\text{doba obratu pohledávek} = \frac{\text{pohledávky}}{\text{tržby}} \times 360 \quad (2.11)$$

Vyjadřuje za jak dlouho jsou průměrně placeny faktury od odběratelů.

Ukazatele zadluženosti

Zadluženost znamená, že podnik k financování svých potřeb používá nejen vlastní zdroje, ale také zdroje cizí. Jedním z cílů finančního řízení je dosažení optimální zadluženosti, tedy stavu, kdy poměr vlastních a cizích zdrojů je optimální. Toto je však velice těžkou, složitou, ale velice důležitou záležitostí. K výpočtu ukazatelů zadluženosti je především využíváno rozvahy, tyto rozvahové položky se porovnávají a zjistí se, v jakém rozsahu jsou aktiva financována cizími zdroji.

$$\text{celková zadluženost} = \frac{\text{cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}} \quad (2.12)$$

Vyjadřuje podíl věřitelů na celkovém kapitálu.

$$\text{úrokové zatížení} = \frac{\text{úroky}}{\text{EBIT}} \quad (2.13)$$

Vyjadřuje jakou část z vytvořeného zisku odčerpají úroky.

$$\text{podíl vlastního kapitálu} = \frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{celková aktiva}} \quad (2.14)$$

Vyjadřuje jaký je podíl vlastních zdrojů financování.

Ukazatele likvidity

Likvidita je schopnost podniku hradit své závazky. Závisí na rychlosti, jakou je schopen podnik přeměnit aktiva na peněžní prostředky. U ukazatelů likvidity je poměřován objem oběžných aktiv s objemem závazků, které budou splatné v blízkém horizontu.

$$\text{celková likvidita} = \frac{\text{obě žná aktiva}}{\text{krátkodobé závazky}} \quad (2.15)$$

Vyjadřuje kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky.

$$\text{pohotová likvidita} = \frac{(\text{obě žná aktiva} - \text{zásoby})}{\text{krátkodobé závazky}} \quad (2.16)$$

Vyjadřuje kolikrát pokrývají oběžná aktiva bez zásob krátkodobé závazky.

$$\text{okamžitá likvidita} = \frac{\text{pohotové platební prostředky}}{\text{krátkodobé závazky}} \quad (2.17)$$

Vyjadřuje kolikrát pokrývají nejlikvidnější prostředky, tedy peníze na bankovním účtu či v pokladně krátkodobé závazky.

Ukazatele kapitálového trhu

U těchto ukazatelů se vychází nejenom z účetních dat, ale také z informací kapitálového trhu. Slouží pro podniky, jež mají právní formu akciové společnosti a tudíž se jim věnovat nebudu, protože svou bakalářskou práci provádím pro společnost s ručením omezeným. Jenom pro zajímavost zde můžeme zařadit

ukazatele jako: čistý zisk na akcii, Price-Earnings Ratio, dividendový výnos, účetní hodnota akcie atd.

2.3.6. Souhrnné ukazatele

Jádrem finanční analýzy je komplexně zhodnotit finanční zdraví podniku. Jak již bylo řečeno na začátku, existuje mnoho metod, jak tohoto cíle finanční analýzy dosáhnout. Velice oblíbenou metodou je analýza poměrových ukazatelů. Jejím úskalím však je, že vyžaduje vypočítat a následně interpretovat mnoho těchto ukazatelů. Proto existuje řada souhrnných indexů hodnocení, která toto úskalí omezuje. Samozřejmě ani ta nejsou bezproblémová. Mají menší vypovídací schopnost, ale globálně napomáhají ke srovnání řady podniků a rychlému posouzení finančního zdraví podniku.

Mezi souhrnné ukazatele patří například Altmanovo Z-skóre, model „IN“ (index důvěryhodnosti), Kralickův Quicktest aj.

Altmanovo Z-skóre

Jeho výpočet je relativně jednoduchý, patří mezi velice používané modely. Vychází z propočtu pěti poměrových ukazatelů, kterým je následně přiřazována různá váha. Lze pomocí něho rozlišit podnik bankrotující a prosperující. Altmanův model lze vyjádřit dvěma způsoby a to podle toho, zda je společnost veřejně obchodovatelná na burze či nikoli. Odlišnost spočívá v různých hodnotách vah přiřazených ukazatelům.

Pro společnost veřejně obchodovatelnou na burze vypadá rovnice takto:

$$\boxed{Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 1 X_5} \quad (2.18)$$

kde X_1 – pracovní kapitál/aktiva

X_2 – nerozdělené zisky/aktiva

X_3 – EBIT/aktiva

X_4 – tržní hodnota vlastního kapitálu/cizí zdroje

X_5 – tržby/aktiva

Interpretace výsledku je následující:

$Z > 2,99$	→	uspokojivá finanční situace
$Z \text{ } 1,81 - 2,98$	→	šedá zóna
$Z < 1,81$	→	finanční problémy

Pro společnost veřejně neobchodovatelnou na burze vypadá rovnice takto:

$$Z = 0,717 X_1 + 0,847 X_2 + 3,107 X_3 + 0,42 X_4 + 0,998 X_5 \quad (2.19)$$

Interpretace výsledku je následující:

$Z > 2,9$	→	uspokojivá finanční situace
$Z 1,2 - 2,9$	→	šedá zóna
$Z < 1,2$	→	finanční problémy

Model „IN“ (Index důvěryhodnosti)

Tento model byl zpracován manžely Neumaierovými pomocí matematicko-statistických modelů ratingu. Byl přímo sestaven pro hodnocení finančního zdraví českých podniků a respektuje podmínky ČR. Tento model má dvě podoby. První z nich zohledňuje nároky věřitelů z aspektu likvidity, jedná se tedy o věřitelský model, druhý z nich byl vytvořen o několik let později a naopak respektuje nároky vlastníků, mluvíme tedy o vlastnickém modelu.

Věřitelská verze

$$IN95 = V1 \times A/CZ + V2 \times EBIT/U + V3 \times EBIT/A + V4 \times (T/A) + V5 \times OA/(KZ+KBU) + V6 \times ZPL/T \quad (2.20)$$

kde A – aktiva; CZ – cizí zdroje; U – nákladové úroky; T – tržby;
OA – oběžná aktiva; KZ – krátkodobé závazky; KBU – krátk.bank.úvěry; ZPL – závazky po lhůtě splatnosti, Vn – váhy, vyjadřující podíl významnosti ukazatele ke kritériální hodnotě ukazatele

Hodnocení výsledků IN95 je následující:

$IN > 2$	→	podnik s dobrým finančním zdravím
$Z 1 - 2$	→	podnik s nevyhraněnými výsledky
$Z < 1$	→	podnik může mít finanční problémy

Vlastnická verze

$$IN99 = -0,017 \times (CZ/A) + 4,573 \times (EBIT/A) + 0,481 \times (\text{výnosy}/A) + 0,015 \times (OA/(KZ+KBU)) \quad (2.21)$$

Hodnocení výsledků IN99 je následující:

$IN \geq 2,07$	→	podnik s dobrým finančním zdravím
$IN 0,684 - 2,07$	→	podnik s nevyhraněnými výsledky
$IN \leq 0,684$	→	podnik může mít finanční problémy

2.3.7. Slabé stránky FA

Finanční analýza poskytuje užitečné informace řadě uživatelům jako investorům, bankám, státu, dodavatelům, zákazníkům a jiným o finanční situaci podniku. Tato metoda má však určitá omezení, jimž je důležité věnovat pozornost. Pavelková (2008, str.94) řadí k těmto slabým stránkám tyto:

- „srovnávání dosažených hodnot ukazatelů s doporučenými
- vliv sezónních faktorů
- rozdílné účetní praktiky
- vypovídací schopnost účetních výkazů
- orientace na historické účetnictví
- vliv inflace“

2.4. SWOT analýza

SWOT analýza je jednoduchá metoda, která se snaží identifikovat klíčové faktory a následně je zařadit do jedné ze čtyř oblastí a to: silné stránky, slabé stránky, hrozby a příležitosti. Vychází ze závěrů analýz, o kterých jsem se zmiňovala v předchozím textu, tzn. z analýzy okolí a analýzy vnitřních zdrojů a schopností podniku, a z těchto pak se snaží vyvozovat silné a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby. Toto však není jednoduchou záležitostí, je totiž velice těžké rozhodnout, zda určitý faktor může být pro podnik příležitostí či naopak hrozbou, nebo zda tu či onu charakteristiku můžeme považovat za silnou nebo slabou stránku.

Grafické znázornění analýzy SWOT můžeme vidět na obr. 2.4. Při sestavování SWOT tabulky budeme pracovat, jak už jsem se zmínila výše, s výsledky provedených analýz, tzn. na základě analýzy vnitřní situace podniku identifikujeme silné a slabé stránky podniku, a na základě analýzy okolí identifikujeme příležitosti a hrozby. Každá část SWOT tabulky by měla obsahovat zhruba 10-25 záznamů. Následně se pak pro každý takto vytvořený záznam formuluje problém, který s ním souvisí a stanoví způsob, jak tento problém vyřešit.

„Cílem SWOT analýzy není v žádném případě zpracování seznamu potenciálních příležitostí a hrozeb a silných a slabých stránek, ale především idea hluboce strukturované analýzy poskytující užitečné poznatky“, jak tvrdí Sedláčková (2000, str. 78).

SWOT analýza může být nástrojem pro koncipování strategie, kdy díky kombinaci klíčových faktorů v jejich čtyřech oblastech, můžou vzniknout čtyři situace, ke kterým náleží také příslušné strategie. Dle Tyliňské (2005) jsou to tyto:

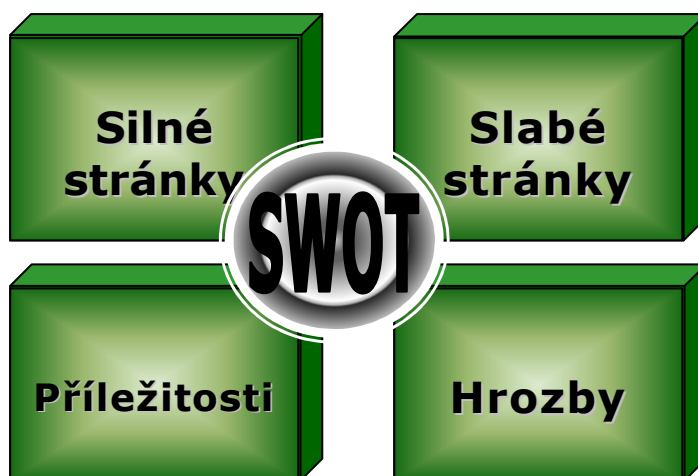
situace SO – strategie max-max silné stránky převyšují ty slabé a příležitosti na trhu převažují nad hrozbami, podnik se nachází v dobré finanční situaci, má pevnou pozici na trhu, může vymýšlet nové produkty, nové strategie

situace ST – strategie max-min silné stránky převyšují slabé, avšak slabých míst je velké množství, podnik musí využívat své přednosti, aby eliminoval hrozby, a odstranil konkurenci

situace WO – strategie min-max slabé stránky převyšují silné, podnik by měl identifikovat hrozby a přeměnit je v příležitosti

situace WT – strategie min-min je to nejhorší situace, v které podnik může být, slabé stránky převyšují silné a existuje mnoho hrozeb, podnik by se měl soustředit na jejich minimalizaci

Obr. 2.4 SWOT analýza



Zdroj: vlastní zpracování

3. Charakteristika podniku

3.1. Úvodní informace

Společnost ENCO group, s. r. o. byla založena 1. 3. 2004, její vznik předurčily strategické organizační změny v přední české elektroenergetické společnosti Severomoravské energetice, a. s. Ostrava začleněním do Skupiny ČEZ.

Kromě sídla společnosti, které se nachází v Olomouci, má také pracoviště v Ostravě. V říjnu 2004 rozšířila své působení na trhu a na základě smlouvy o obchodním zastoupení s ČEZem vytvořila tři obchodní kanceláře a to v Přerově, Zábřehu a Uničově. V roce 2008 rozšířila spolupráci s ČEZ Distribuce, a.s.

Obchodní rejstřík tuto společnost definuje takto:

Obr. 3.1 Logo společnosti ENCO group, s. r. o.



<i>Obchodní firma:</i>	ENCO group, s. r. o.
<i>Sídlo:</i>	Olomouc, Hodolany, Kosmonautů 989/8, PSČ 772
<i>Identifikační číslo:</i>	268 28 570
<i>Právní forma:</i>	společnost s ručením omezeným
<i>Datum zápisu:</i>	1. března 2004
	<ul style="list-style-type: none">➤ projektování elektrických zařízení➤ inženýrská činnost v investiční výstavbě➤ zprostředkování obchodu➤ velkoobchod➤ činnost podnikatelských, finančních, organizačních a ekonomických poradců
<i>Předmět podnikání:</i>	<ul style="list-style-type: none">➤ činnost technických poradců v oblasti energetiky➤ pořádání odborných kurzů, školení a vzdělávacích akcí včetně lektorské činnosti➤ zprostředkování služeb➤ poskytování technických služeb➤ zpracování dat, služby databank, správa sítí➤ montáž, opravy, revize a zkoušky vyhrazených elektrických zařízení
<i>Základní kapitál:</i>	200 000Kč

3.2. Nabízené služby a produkty

K stěžejním činnostem společnosti patří poskytování energetických služeb a to zejména: energetické audity, termodiagnostika, komplexní řešení systému řízení spotřeby energií a energetických systémů staveb, úsporné systémy osvětlení, prodej elektřiny, fotovoltaické elektrárny aj..

Energetické audity

V rámci energetického auditu společnost nabízí informace o způsobu a úrovni využívání energií v budovách. Navrhne opatření, která je nutno realizovat pro dosažení energetických úspor.

Tepelná čerpadla

Společnost poskytuje informace v oblasti využití tepelných čerpadel v dané lokalitě. Provádí montáž a napomáhá klientům získat dotaci ze státních programů.

Termovizní měření

Společnost provádí měření povrchové teploty těles, a tím dokáže odhalit zjevná i skrytá místa úniku tepla u staveb.

Veřejná osvětlení

ENCO group, s. r. o. také zajišťuje provozování a údržbu sítě veřejného osvětlení, obnovu světelných zdrojů, rekonstrukci rozvaděčů a další osvětlovací služby.

Energetická poradenství

Společnost informuje o racionálním využití elektrické energie. Dokáže poradit v oblasti elektrického vytápění, ohřevu vody, klimatizace a vzduchotechniky, regulace, měření, alternativních zdrojů energie.

Klimatizace – udržování vnitřního klimatu nezávisle na venkovních podmínkách

Solární panely – ohřev užitkové vody pro vytápění a sanitární účely

Vzduchotechnika – rozvody vzduchu po budovách

Trafo stanice – zařízení pro převod vysokého na nízké napětí

3.3. Certifikáty a kvalifikace

Společnost ENCO group, s. r. o. je držitelem několika certifikátů a její zaměstnanci díky svým dlouholetým zkušenostem v elektroenergetice vlastní nepřeborné množství kvalifikačních oprávnění.

V roce 2004 zavedla systém jakosti dle ISO 9001:2001 a v tom samém roce byla certifikována Výzkumným ústavem pozemních staveb – certifikační společností, s.r.o. Tímto krokem dokazuje zákazníkům, že její služby jsou opravdu kvalitní.

V rámci systému jakosti si firma stanovila také cíle, které každý rok aktualizuje. Každý z nich je pak konkretizován, aby byl SMART, tzn. specifický, měřitelný, akceptovatelný, reálný a časově určený. Cíle jakosti pro rok 2010 jsou tyto:

1. Dokončení prací na vybudování zázemí pro pracoviště Zábřeh - zahájení a ukončení výstavby budovy a přilehlého zázemí
2. Rozšířit počet pracovníků - podle potřeby na realizaci zakázek rozšířit počet pracovníků minimálně o 1
3. Zvýšení úrovně odbornosti a schopnosti pracovníků - každý zaměstnanec společnosti absolvuje minimálně 1 vzdělávací akci za účelem zvýšení respektive rozšíření znalostí, vědomostí, kvalifikace

V letošním roce, tzn. v roce 2010 společnost ENCO group, s. r. o. splnila veškerá kritéria pro zápis do seznamu odborných dodavatelů v rámci programu Ministerstva životního prostředí „Zelená úsporám“ a prokázala tak svou kvalifikaci včetně osvědčení o odbornosti v činnostech, jež jsou v rámci Programu podporované.

Certifikáty a akreditace

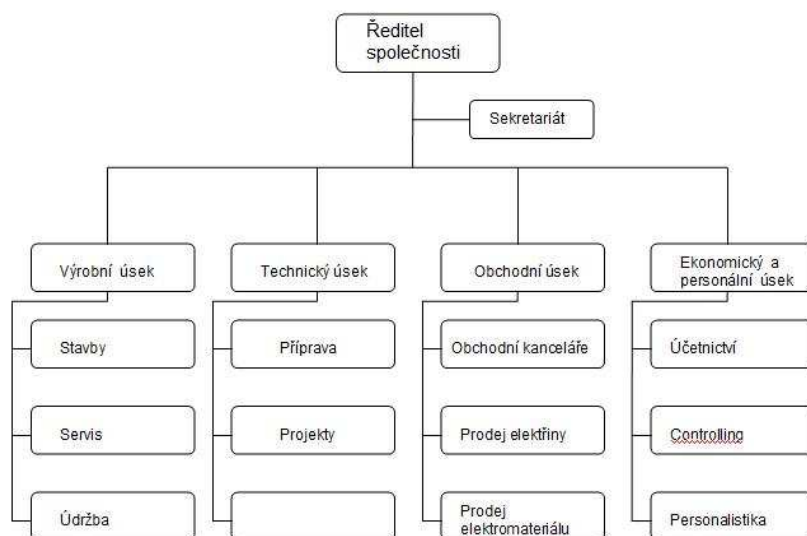
- *Certifikát ČSN EN ISO 9001:2001*
- *Akreditační list kolektivu firem – DIMPLEX týmu ČR*
- *Osvědčení o zapsání do Seznamu energetických auditorů*
- *Referenční list - Smluvní partner SME*
- *Licence pro obchod s elektřinou*
- *Oprávnění o státním odborném dozoru nad bezpečností práce*
- *Certifikát pro montáž tepelných čerpadel Stiebel Eltron*

Kvalifikační oprávnění

- Energetický auditor Licence MPO ČR č. 198
- Institutu Technické Inspekce pro práce na vyhrazeném elektrickém zařízení
- Dle § 7,8 vyhl. ČUBP č. 50/78 o odborné způsobilosti v energetice
- Smluvní partner Severomoravské energetiky, a.s. Ostrava č. 268/2003
- INTERMANAGER - MCE Brussels č. 0012/2002
- Marketing „CIMA“ - MŠMT ČR č. CIA 2002_Si1/02_007
- ABC marketingových analýz E.M.C.agency
- Lektor CIS – zákaznický informační systém – UF Madrid
- Konzultant Reengineering podnikových a zákaznických procesů – Andersen Consulting, TXU England (Eastern Electricity)
- Úspěšný prodejce – Synerco

3.4. Organizační struktura

Obr. 3.2 Organizační struktura společnosti ENCO group, s.r.o

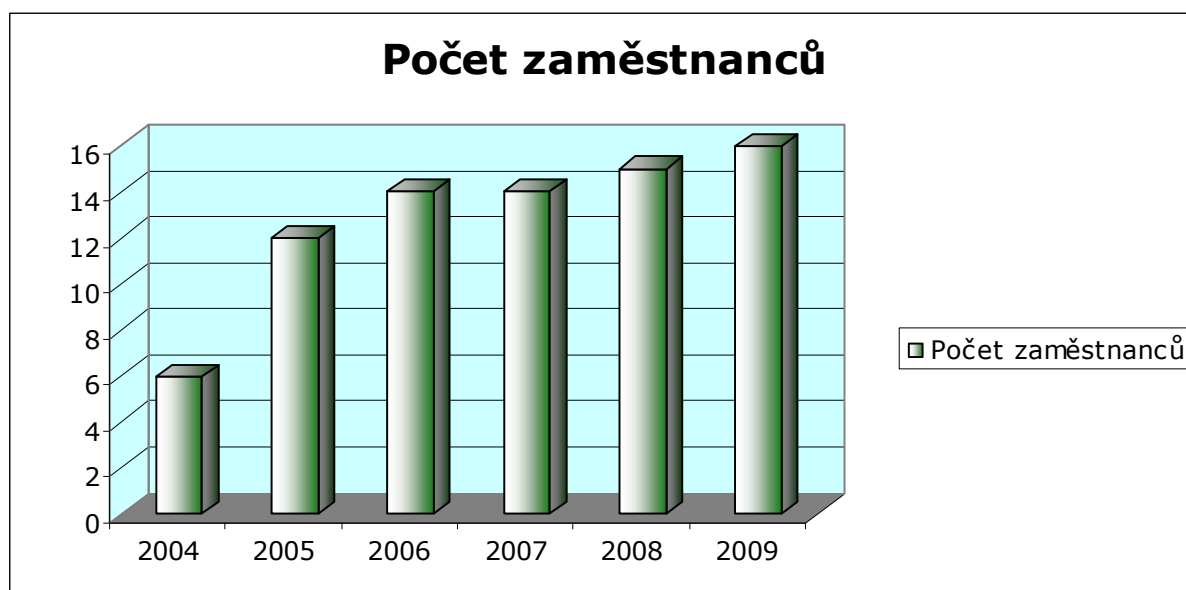


Zdroj: ENCO group, s. r. o.

3.5. Zaměstnanci

V roce 2004, tedy v roce založení, disponovala společnost ENCO group, s. r. o. šesti zaměstnanci, ti vykonávali tyto činnosti: návrh a realizace tepelných čerpadel, energetické audity, termovizní měření, přípojky nízkého napětí, stavba a servis trafostanic, vedení vysokého a nízkého napětí, prodej elektřiny. V říjnu téhož roku rozšířila své působení o obchodní kanceláře a bylo přijato dalších 6 pracovníků. V roce 2006 již disponovala 14 pracovníky, kdy přibyli 2 pracovníci na funkci odborný asistent a project manager. V roce 2008 byla rozšířena spolupráce se společností ČEZ Distribuce, a. s. v rámci níž začala společnost ENCO group, s.r.o. nabízet mnohem více stavebně montážních činností a přijala dalšího pracovníka na funkci project manager. V roce 2009 se rovnal stav pracovníků číslu 16, přibyla totiž nová funkce příprava staveb, vyvolaná potřebou vypracovávat technická řešení a komplexní přípravu staveb. Na obr. 3.3 vidíme, jak se vyvíjel počet zaměstnanců během jednotlivých let.

Obr. 3.3 Počet zaměstnanců



Zdroj: vlastní zpracování

3.6. Sídlo a pobočky společnosti

Sídlo společnosti

Sídlo společnosti ENCO group, s.r.o. se nachází v Olomouci, na ulici Kosmonautů 989/8 Olomouci.

Pracoviště

Technická kancelář Ostrava, Pavlovova 1351/44, 700 30 Ostrava - Zábřeh

Obchodní místa

Společnost provozuje obchodní kanceláře ČEZ - Zákaznické služby jako smluvní partner Skupiny ČEZ.

<i>Obchodní kancelář Přerov</i>	- Nábř. Dr. E. Beneše 20, 750 02 Přerov
<i>Obchodní kancelář Zábřeh</i>	- Bezručova 5, 789 01 Zábřeh
<i>Obchodní kancelář Uničov</i>	- Masarykovo náměstí 19, 783 91 Uničov

4. Aplikační část

V této části navážím na výše uvedená teoretická východiska a pokusím se je konkrétně aplikovat na obchodní společnost Enco group, s. r. o.

Nejprve se budu věnovat faktory, jež na tento podnik působí na makro úrovni, ty identifikuji pomocí analýzy PEST, poté se zaměřím na vymezení vlivů působících v mikrookolí podniku, použiji k tomu Porterův model pěti sil. V neposlední řadě prozkoumám, jak si podnik vedl po stránce finanční postupně během let jeho působnosti na trhu a k tomuto mi pomůže finanční analýza a její nástroje. Svou praktickou část zakončím SWOT analýzou, do které shrnu silné a slabé stránky podniku, jeho příležitosti a hrozby.

4.1. PEST

Jak jsem se již zmínila v teoretické části, při této metodě se identifikují faktory, které působí na podniky na makro úrovni. Jedná se o ty faktory, jež vesměs nejsou ovlivnitelné, některé z nich jsou pro podniky společné, avšak jiné zase jsou různorodé podle předmětu podnikání.

V následující části se budu zabývat těmito faktory a pokusím se vybrat ty, které nejvíce ovlivňují společnost ENCO group, s. r. o.

4.1.1. P - politické a legislativní faktory

Každý podnik musí mít přehled o tom, jaké zákony, vyhlášky a nařízení vlády je nutno dodržovat, aby jeho podnikání s nimi nebylo v rozporu. Stát na podniky pomocí těchto nástrojů obrovskou měrou působí a má na ně značný vliv. Povinností jednotlivých firem pak je tyto předpisy respektovat a přizpůsobit se jim.

Nelze říci, že všechny podniky mají povinnost dodržovat stejné právní předpisy. Některé předpisy jsou totiž obecně závazné a musí je tedy respektovat každý podnik a některé jsou zase specificky dané podle předmětu podnikání jednotlivých firem.

Mezi předpisy, jimiž se musí řídit každý podnik a tudíž také ENCO group, s. r. o. patří zejména:

- Obchodní zákoník
- Zákon o živnostenském podnikání
- Zákon o účetnictví
- Občanský zákoník
- Zákoník práce
- Zákon o ochraně spotřebitele
- Předpisy v oblasti bezpečnosti práce

Předmět podnikání společnosti ENCO group, s. r. o. podmiňuje také dodržování speciálních předpisů, mezi než například patří:

- Zákon č. 458/2000 Sb. o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon)
- ČSN 33 2000 - část 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
- ČSN 33 1500 - revize elektrických zařízení
- ČSN 33 1600 - revize a kontroly elektrického ručního nářadí během používání
- ČSN EN ISO 9001 - systémy managementu jakosti
- Základní a bezpečnostní zásady při obsluze strojních zařízení - značení vodičů barvami nebo číslicemi
- Vyhláška č. 50/1978 Sb. Českého úřadu bezpečnosti práce a Českého báňského úřadu o odborné způsobilosti v elektrotechnice
- Zákon č. 406/2000 Sb. o hospodaření energií

Společnost ENCO group, s. r. o. samozřejmě také provádí školení. Každoročně probíhají školení v rámci bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, kdy je vyhotovován zápis do stavebního deníku, pak se také konají školení řidičů, různá odborná školení dle zaměření zaměstnanců a každé 3 roky je nutné obnovit „Prověření“ z hlediska vyhlášky č. 50/1978 Sb. o odborné způsobilosti v elektrotechnice.

Složitá administrativa a legislativa v oblasti podnikání, daňová zátěž aj. mají za následek, že podnikat v ČR není opravdu jednoduché, což také dokazuje studie „Doing Business 2010“, kterou vydala Světová banka ve spolupráci s Mezinárodní finanční korporací. V tab. 4.1 vidíme, jak se Česká republika umístila v rámci deseti kritérií vztahujících se k podnikání.

Tab. 4.1 Česká republika - umístění v „Doing Business 2010“

Kritéria	Doing Business 2010	Doing Business 2009	Změna
Zahájení podnikání	113	91	-22
Vyřízení stavebního povolení	76	85	+9
Najímání zaměstnanců	25	26	+1
Registrace majetku	62	67	+5
Získání úvěru	43	41	-2
Ochrana investorů	93	88	-5
Placení daní	121	124	+3
Zahraniční obchod	53	50	-3
Zajištění dodržování smluv	82	85	+3
Ukončení podnikání	116	115	-1
CELKOVÉ UMÍSTĚNÍ	74	66	-8

Zdroj: vlastní zpracování dle *Doing Business* [online]. 2010 [cit. 2010-03-05]. Explore Economies - Czech Republic. Dostupné z WWW: <<http://www.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=55>>

Česká republika se zařadila v žebříčku, který udává snadnost podnikání, na 74. místo, což je o 8 příček hůř než vloni. Projektu se účastnilo 183 zemí a na prvním místě byl Singapur, na druhém Nový Zéland a třetí skončil Hongkong. Lépe na tom jsou i všechny země Visegrádské čtyřky, což je k zamyšlení hodné.

Nelze však říci, že by na tom Česká republika byla v chování k podnikatelům zase tak špatně. Existují různé podpůrné programy financované ze státního rozpočtu ČR, ale také z dalších zdrojů jako například z Evropské unie. Tyto prameny jsou zaměřeny na různé oblasti podpory podnikání.

Myslím si, že bych mohla zmínit alespoň jeden z nich, který se stává v dnešní době pro podniky konkurenční výhodou. Je to program Zelená úsporám, který je zaměřen na podporu investic do energetických úspor a na instalaci vytápění využívající obnovitelné zdroje energie. Žadatelé mohou při realizaci projektů podporovaných v rámci programu Zelená úsporám využít služeb pouze podnikatelských subjektů zapsaných v Seznamu odborných dodavatelů. V tomto spatřuji již zmíněnou konkurenční výhodu, jež je na straně podniků, které splnily nutné podmínky pro přijetí. I společnost ENCO group, s. r. o. požádala o zápis do tohoto Seznamu, splnila kritéria, prokázala svou kvalifikaci a na začátku roku 2010 byla zapsána do zmíněného Seznamu odborných dodavatelů programu Zelená úsporám.

4.1.2. E - ekonomické faktory

Důležitým činitelem ovlivňujícím podniky je celková ekonomická situace země, která bývá běžně popisována makroekonomickými indikátory jako jsou vývoj hrubého domácího produktu, inflace, nezaměstnanost, úroková míra, devizový kurz aj.

Míra ekonomického růstu

Prvním faktorem ovlivňujícím ENCO group, s. r. o. je míra ekonomického růstu, kterou chápeme vzestup hospodářského potenciálu země, k němuž dochází v souvislosti se zvyšováním hrubého domácího produktu. Tento ukazatel přímo ovlivňuje to, jak může být podnik na trhu úspěšný. Má totiž dopad na množství příležitostí ale také hrozeb, kterým podnik čelí. Ekonomický růst má pro firmy pozitivní účinek, stoupá totiž spotřeba statků a služeb a to vyvolává příležitost vyšší ziskovosti.

Tab. 4.2 Vývoj hrubého domácího produktu

2004	2005	2006	2007	2008	2009
4,5 %	6,3 %	6,8 %	6,1 %	2,5 %	-4,2 %

Zdroj: vlastní zpracování dle *Českého statistického úřadu* [online]. 01.03.2010 [cit. 2010-03-12]. Makroekonomické údaje. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/souhrnna_data>

Jak vidíme v tab. 4.2, která udává meziroční změnu reálného hrubého domácího produktu v %, v letech 2008 a 2009 začal HDP rapidněji klesat, což je důsledek hospodářské krize, která právě v roce 2008 dorazila i do ČR. Podniky se od té doby začaly dostávat do finančních a některé i do existenčních potíží. Když se podíváme na tab. 4.3 zjistíme, že společnost ENCO group, s. r. o. žádné z těchto potíží nepocítila.

**Tab. 4.3 Zisk před zdaněním společnosti ENCO group, s. r. o.
(v tis. Kč)**

2004	2005	2006	2007	2008	2009
3 087	3 977	917	2 553	5 418	9 261

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních výkazů společnosti

Míra inflace

Dalším faktorem ovlivňujícím mnou analyzovaný podnik je míra inflace, která udává procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru dvanácti předchozích měsíců. Inflace má vliv na náklady a prodejní ceny. Myslím si, že lépe a přesněji než ukazatel míry inflace by mohly vystihnout tuto závislost ceny průmyslových výrobců, protože ENCO group, s. r. o. využívá ke své podnikatelské činnosti průmyslový materiál a výrobky, které nakupuje právě od zmíněných výrobců. Když se podíváme na tab. 4.4 vidíme, že v roce 2008, kdy do ČR dorazila ekonomická krize, se ceny meziročně ještě trošku zvýšily, ale pak přišla rapidní změna, kdy ceny průmyslových výrobců meziročně klesly o 3,1%.

Tab. 4.4 Průměrné ceny průmyslových výrobců

2004	2005	2006	2007	2008	2009
5,5%	3,1%	1,5%	4,1%	4,5%	-3,1%

Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu [online]. 01.03.2010 [cit. 2010-03-12]. Makroekonomické údaje. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/souhrnna_data>

Politika proti nezaměstnanosti

Jedním z dalších a neméně důležitých faktorů ovlivňujících společnost ENCO group, s. r. o. je státní politika zaměstnanosti, nebo také mohu říci politika proti nezaměstnanosti. Podnik v postavení zaměstnavatele musí respektovat státem vydané právní předpisy, konkrétněji v této oblasti se ho týká zákoník práce a nařízení vlády o minimální mzdě, ale také zákon o zaměstnanosti aj. Veškeré tyto dokumenty působí značnou měrou na náš podnik. Vezměme si minimální mzdu. Aby zaměstnavatelé mohli pokrýt potenciální zvýšení minimální mzdy, potřebují vyšší finanční prostředky, může se ale stát, že nebudou mít dostatek peněz na jejich vyplácení a budou nuceni přistoupit k propouštění. Když se nad tím zamyslím, vůbec to nepřináší efekt pro státní rozpočet, protože ten sice zinkasuje vyšší daň z příjmů, ale na druhou stranu mu stoupnou výdaje spojené s nezaměstnaností. Navíc, pokud je minimální mzda stanovená nad rovnovážnou úroveň, podnik musí všem svým zaměstnancům vyplácet mzdu alespoň v této výši, začne si mezi svými pracovníky vybírat, ty méně kvalifikovanější propouštět a opět nám stoupá nezaměstnanost.

Mohla bych také zmínit v rámci této kategorie další faktor, který ovlivňuje nepřímo podniky. Jsou to výhody v nezaměstnanosti, které mohou být natolik motivující pro určité skupiny potenciálních zaměstnanců, že vůbec nebudou chtít figurovat na trhu práce. Právě tito lidé mohou být ona chybějící specializovaná pracovní síla, které je v dnešní době nedostatek. Podívejme se nyní do tab. 4.5, která nám ukazuje, jak se vyvíjela postupem času minimální mzda.

Tab. 4.5 Minimální mzda v Kč

2004	2005	2006	2007	2008	2009
6700	7185	7955	8000	8000	8000

Zdroj: vlastní zpracování dle *Business center.cz* [online]. 1998 - 2010 [cit. 2010-03-18]. Minimální mzda. Dostupné z WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/pracovni/minimalni_mzda.aspx>

Devizový kurz

Společnost ENCO group, s. r. o. nakupuje výrobky od tuzemských, ale částečně také od zahraničních výrobců. Tepelná čerpadla odebírá například od firmy Stiebel Eltron a proto je pro ni také tento ukazatel důležitý. Podíl ceny materiálu na konečné ceně služby pro zákazníka je relativně vysoký, takže vývoj tohoto kurzu může významně ovlivnit výslednou cenu. Pro náš podnik je velice důležité, za kolik může euro pořídit, aby s ním mohl platit, pakliže tedy nakupuje přímo od výrobce v cizí měně. Pokud by však nenakupoval v cizí měně, ale pořizoval by si tyto výrobky od českého obchodníka, ovlivní ho to tak či tak. Tento obchodník totiž je závislý na vývoji kurzu a zakomponovává ho do své prodejní ceny. Společnost ENCO group, s. r. o. vyhrála výběrové řízení na firmy Hartmann-Rico a od 1.1.2010 jim dodává silovou elektřinu. Platby probíhají nejen v českých korunách, ale také v eurech, což opět dokazuje fakt, že kurz eura je pro firmu důležitý. Podívejme se do tab. 4.6, která znázorňuje vývoj kurzu eura v jednotlivých letech.

Tab. 4.6 Vývoj kurzu eura (CZK/EURO)

2004	2005	2006	2007	2008	2009
31,90	29,78	28,34	27,76	24,94	26,45

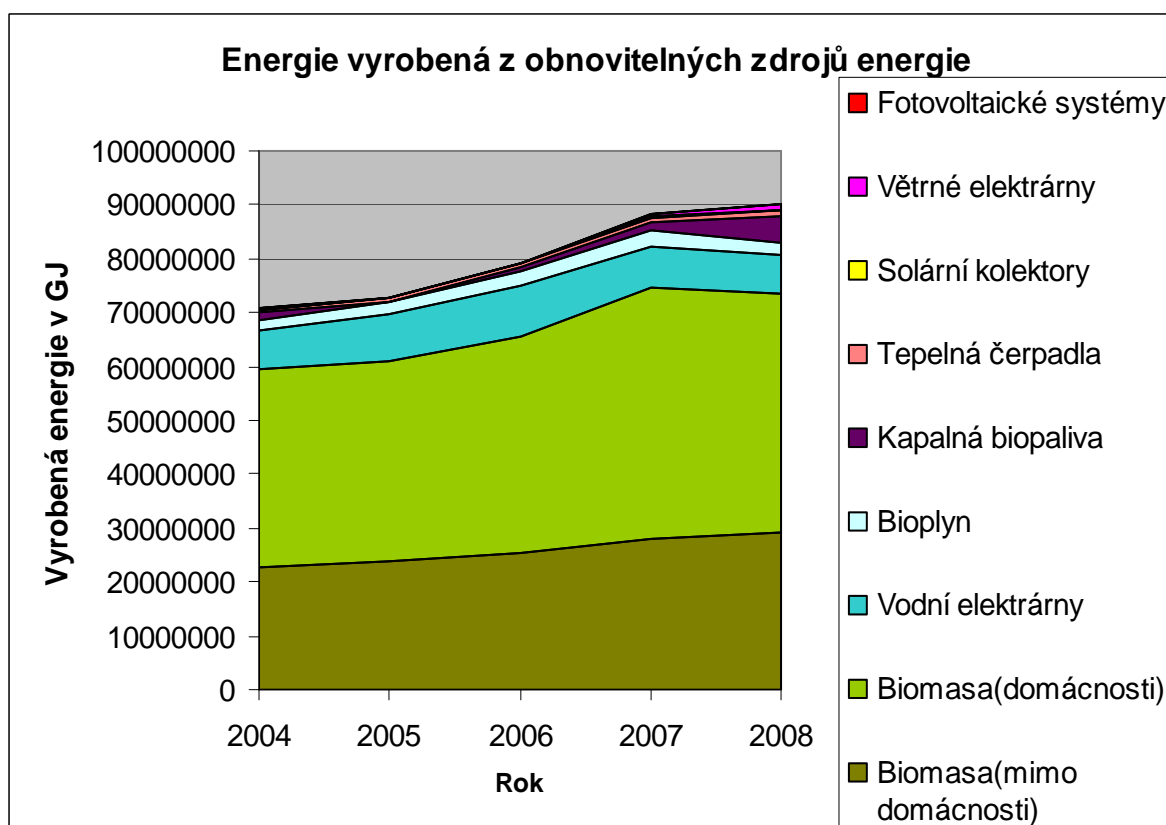
Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu [online]. 01.03.2010 [cit. 2010-03-18]. Makroekonomické údaje. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/souhrnna_data>

4.1.3. S - sociální faktory

Sociální faktory ovlivňují všechny podniky, pro některé mohou být hrozbou, ale pro druhé naopak příležitostí. Hovořím-li o sociálních faktorech, mám jimi na mysli změny v trendech, postojích, vnímání a životním stylu lidí.

V několika posledních letech jsme byli svědky raketového rozvoje využívání obnovitelných zdrojů energie, jak se můžeme přesvědčit z obr. 4.1. V posledních letech se tento trend mnohonásobně zvýšil. Mnoho nových i rekonstruovaných rodinných domů přechází na nové netradiční způsoby vytápění obnovitelnými zdroji, ty mají totiž nízkou energetickou náročnost, využívají přírodní energie, což minimalizuje zátěž na životní prostředí a oproti konvenčním způsobům vytápění se podstatně snižuje exhalace našeho ovzduší. Jak jsem se již zmínila v části charakteristika podniku, společnost ENCO group, s. r .o. podniká také v této oblasti - nabízí svým zákazníkům například instalaci tepelných čerpadel, solárních panelů, fotovoltaické elektrárny, a proto je tento vzrůstající trend pro ni obrovskou příležitostí.

Obr. 4.1 Využívání obnovitelných zdrojů energie



Zdroj: vlastní zpracování dle *Ministerstva průmyslu a obchodu* [online]. 30.10.2009 [cit. 2010-03-18]. Obnovitelné zdroje energie v roce 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument64916.html>>

4.1.4. T - technické a technologické faktory

V neposlední řadě nesmím opomenout také technické a technologické okolí, jež působí na podniky a může přinášet nejen příležitosti, ale také hrozby. Každý podnik by měl, jak se říká, „držet krok“ s technickými a technologickými změnami, které v jeho okolí probíhají. Tyto změny jsou totiž zdrojem pokroku, jež vede k lepším hospodářským výsledkům. Podnik by měl být neustále o těchto změnách informován a měl by je předvídat, protože mohou ovlivnit jeho konkurenční pozici.

Společnost ENCO group, s. r. o. žádné výrobky nevyrábí, ale již inovované nakupuje. Například tepelná čerpadla společnosti Stibel Eltron, jež firma nakupuje, prošly v roce 2009 inovací, kdy bylo zabudováno elektronické vstřikování chladiva. V oblasti vzduchotechniky došlo také k inovaci, kdy od roku 2008 se začaly využívat pohony, které jsou napájeny a řízeny frekvenčními měniči na řízení výkonu.

4.2. Porterův model pěti konkurenčních sil

Každý podnik by měl umět identifikovat konkurenční síly, které v odvětví působí, protože bezprostředně ovlivňují jednak jeho konkurenční pozici, ale také jeho úspěšnost. Pomocí této analýzy se pokusím identifikovat všechny konkurenční síly, jež ovlivňují společnost ENCO group, s. r. o.

4.2.1. Konkurenti v odvětví

Konkurenční síla v podobě rivality mezi konkurenčními podniky je považována za nejsilnější z konkurenčních sil. Pokud je tato rivalita mezi podniky silná, stává se hrozbou pro výnosnost.

Pro každý podnik, tedy i pro společnost ENCO group, s. r. o. je důležité, aby se snažil získat lepší tržní pozici. Tohoto může dosáhnout použitím různých nástrojů konkurenčního boje a především svou jedinečnou konkurenční strategií.

Nástrojem konkurenčního boje společnosti ENCO group, s. r. o. je strategie diferenciací. Tato firma má totiž své portfolio služeb nastaveno tak, aby se odlišovalo od konkurence. Nabízí jednak služby v oblasti využívání obnovitelných zdrojů energií, energetické poradenství, vypočítávání tepelných ztrát, ale také zajišťuje montáž, revizi a údržbu veřejného osvětlení, trafostanic a v neposlední řadě prodává elektrickou energii.

Při analýze konkurence v odvětví jsem nenašla žádného konkurenta, jehož portfolio služeb by odpovídalo portfoliu služeb společnosti ENCO group, s. r. o. Na trhu ale působí opravdu velké množství firem, jež se specializují na tepelná čerpadla, vzduchotechniku a klimatizaci a které mohou promlouvat do tržní pozice ENCO group, s. r. o. . Pak se také objevují na trhu společnosti nabízející další jednotlivé služby jako ENCO group, s. r. o, ale ty nejsou podle mého názoru pro firmu velkým ohrožením.

Konkurenti v odvětví podle druhu nabízených služeb

- tepelná čerpadla, vzduchotechnika, klimatizace - KRYON & CO, AV klimatizace, AEF, PN klima, EL-BA group, HEL klimatizace
- energetický audit - FLUK Termovize, EMTEST
- veřejné osvětlení - OREM, HOFMEISTER Jiří, ČEZ Energetické služby
- fotovoltaické elektrárny - SOLARIAN, FOTO SOLAR
- trafostanice - OREM
- prodej elektrické energie - CZECH-KARBON, ČEZ Prodej, Lumius, ENERGETIKA TŘINEC.

4.2.2. Odběratelé

Další konkurenční silou jsou kupující. Ti totiž mohou vyvíjet na podniky konkurenční tlaky a tím ovlivňovat konkurenční podmínky v odvětví.

Zákazníky společnosti ENCO group, s. r. o. jsou jednak fyzické osoby, ale také z větší části podniky. U soukromých osob je většinou předmětem zakázky buď to zdroj vytápění (tepelné čerpadlo), vzduchotechnika, klimatizace, solární panely či energetický audit. Velkým podnikům společnost například prodává elektrickou energii, komplexně řeší energetické systémy či staví trafostanice a přípojky vysokého a nízkého napětí.

Většina klientů společnosti ENCO group, s. r. o. je především z Moravskoslezského a Olomouckého kraje, ale firma má zakázky i v jiných krajích, například na Vysočině, v Praze, v Ústeckém, Jihomoravském a Královéhradeckém kraji.

K největším odběratelům v roce 2008 patřili: ČEZ Distribuce (měsíční objem dodávek 750 000Kč), GEMO Olomouc (měsíční objem dodávek 650 000Kč), THERM Ostrava (měsíční objem dodávek 650 000Kč), aAIM Czech Republic (měsíční objem dodávek 600 000Kč), Noise Praha (měsíční objem dodávek 500 000Kč). K největším odběratelům v roce 2009 patřili: Skupina ČEZ, SART, Aquapark Olomouc, City Olomouc, THERM Ostrava a ZLKL Loštice.

Společnost ENCO group, s. r. o. vyhrála v loňském roce, tedy v roce 2009, výběrové řízení firmy HARTMANN – RICO, a. s. a zajišťuje pro ně dodávku silové elektřiny. Tato společnost patří mezi nejvýznamnější výrobce a distributory zdravotnických prostředků a hygienických výrobků v České republice. Má čtyři výrobní závody: v Mostě, Havlíčkově Brodě, Chvalkovicích a ve Veverské Bítýšce a pro všechny tyto závody společnost ENCO group, s. r. o. zajišťuje dodávku silové elektřiny.

Společnost ENCO group, s. r. o. se pravidelně zúčastňuje různých výběrových řízení a počet přihlášek ročně narůstá. Je smluvním partnerem společnosti ČEZ a ta vypisuje výběrová řízení na mnoho činností. Každoročně ČEZ Distribuce obnovuje dotazníky pro zjištění kvalifikačních předpokladů, pokud firma splní kritéria, je zařazena do Katalogu doporučených dodavatelů a teprve pak může být vybrána jako účastník výběrového řízení.

4.2.3. Dodavatelé

Dalším z pěti Porterových faktorů je vyjednávací síla dodavatelů. Tito dodavatelé mohou být pro podnik hrozbou, jestliže je na jejich zdrojích podnik závislý a nemůže tyto zdroje odebírat od někoho jiného. Takto odkázaná firma pak musí případné zvýšení cen vstupů zaplatit nebo přistoupit na nižší kvalitu.

Společnost ENCO group, s. r. o. není odkázána na dodávku vstupů jednoho konkrétního výrobce. Pokud by byla nespokojena například s kvalitou nakupovaných vstupů, může kdykoliv změnit dodavatele.

K největším dodavatelům v roce 2008, ostatně také v roce 2009 byli Lumius, s. r. o. (měsíční objem dodávek v roce 2008 činil asi 1 600 000 Kč, v roce 2009 2 200 000 Kč) a ČEZ Distribuce, a. s. (měsíční objem dodávek v roce 2008 cca 700 000 Kč, v roce 2009 cca 500 000 Kč). K dalším dodavatelům patří společnosti STIEBEL ELTRON, Alpha-InnoTec či ATREA, s. r. o. aj.

4.2.4. Substituční výrobky

Jednou z dalších konkurenčních sil je hrozba substitučních výrobků, tedy takových produktů, jež uspokojují stejnou potřebu a plní tutéž funkci. Pokud takovéto výrobky existují, stávají se limitujícím faktorem pro ziskovost podniku tím, že stanovují maximální možnou cenu, za kterou může podnik prodávat své výrobky.

V oboru podnikání firmy ENCO group, s. r. o. se substituční výrobky hledají relativně těžko. Vezměme si takový prodej elektřiny, tepelné audity, vzduchotechniku a klimatizaci, zde žádné substituční výrobky neexistují. Jestliže totiž zákazník potřebuje tepelný audit pro získání dotace, odebírat proud ze sítě nebo rekuperovat vzduch v budově, tak žádnou jinou volbu než pouze vybrat si dodavatele této služby nemá.

Jediná oblast z oboru podnikání společnosti ENCO group, s. r. o., ve které spatřuji potenciální substituční výrobky je oblast vytápění. Jestliže si totiž někdo staví dům a rozhoduje se jak ho bude vytápět, tak má dvě možnosti. Buď si vybere z velmi pestré nabídky tepelných čerpadel, které nabízí ENCO group, s. r. o. nebo využije substituční výrobek, kterým je v tomto případě buď kotel na pevná paliva využívající uhlí či různé formy dřeva nebo zvolí vytápění plynem. Protože počáteční investice do tepelného čerpadla může být řádově vyšší než u klasického vytápění, záleží do značné míry na finančních možnostech zákazníka, ale také na tom, zda je to člověk ekonomicky uvažující a zakomponuje do svého pozitivního rozhodnutí také ten fakt,

že i přes vyšší počáteční investici by se mu jeho vložené náklady měly v rozmezí deseti až dvaceti let vrátit.

4.2.5. Potenciální konkurenti

Konkurenční síla v podobě rizika vstupu nových konkurentů na trh s sebou může nést jednak negativní účinek v podobě hrozby na ziskovost podniku, ale také pozitivní účinek v podobě příležitosti zisku. Pokud je tedy riziko vstupu nových konkurentů vysoké, vzniká firmě hrozba nižší ziskovosti. Pakliže je však nízké, mohou toho podniky využít, zvýšit cenu a tím pádem jim tato ziskovost poroste.

Z obrázku 4.1, který jsem uváděla v části PEST analýzy plyne, že trh s obnovitelnými zdroji má silně rostoucí tendenci, stejně jako snaha lidí ušetřit za odběr elektřiny. Je tedy podle mého názoru zřejmé, že nové společnosti nebo stávající firmy podnikající v příbuzných odvětvích se budou snažit získat svůj podíl na trhu a profitovat z toho, že lidé více dbají na ekologii a úspory energie.

Konkurence na trhu, v němž podniká společnost ENCO group, s. r. o. je velmi vysoká a prosazení nové firmy by bylo podle mě finančně i časově velmi náročné. Trvalo by nejspíš několik let, než by úplně nová firma získala na trhu silnější pozici a nějak ohrozila ENCO group, s. r. o. .

Existuje ale možnost, že jedna ze stávajících a zavedených firem v oblasti elektrotechniky a automatizace se rozhodne využít svých zkušeností a dobrého jména, rozšíří své portfolio a bude se snažit proniknout například do oblasti tepelných čerpadel nebo prodeje elektřiny.

4.3. Zhodnocení analýzy okolí a doporučení

Z provedené analýzy PEST a Porterova modelu pěti konkurenčních sil je patrné, že společnost ENCO group, s. r. o. je značně perspektivní podnik. Své portfolio služeb má velice různorodé a při analýze konkurence jsem nenašla žádný podnik, jehož nabídka služeb by odpovídala té od ENCO group, s. r. o. Tato heterogenita portfolia je podle mého názoru nesmírnou výhodou, protože v případě neúspěšnosti jedné složky, příjem zajistí jiná.

Velice nadějnou součástí nabídky služeb společnosti ENCO group, s. r. o. je prodej elektrické energie. Firma dokáže v této oblasti úspěšně konkurovat i takovému gigantu jako je ČEZ, protože je schopna koncovému uživateli nabídnout nižší cenu, díky tomu že elektřinu nakupuje ve velkém objemech a výkyvy ve spotřebě jednotlivých zákazníků dokáže rozprostřít mezi ostatní odběratele. Navíc se umí přizpůsobit specifickým požadavkům zákazníků. Společnost ENCO group, s. r. o. by se měla podle mého názoru zaměřit na to, aby nepřišla o stávající zákazníky a aby zároveň získala nové. Oblast prodeje elektřiny není totiž v porovnání s ostatními službami, které poskytují jednorázová záležitost, ale přináší neustálý příjem.

Dalším mým poznatkem je přebytek objednávek, které nestačí společnost ENCO group, s. r. o. vyřizovat a některé zakázky dokonce kvůli zaneprázdněnosti zaměstnanců odmítá, což má jak svá negativa, tak také pozitiva. Pozitivum vidím v tom, že si společnost může vybírat zakázky lukrativnější a zajímavější. Toto je sice možná pro ni výhodné, ale kdyby přijala více zaměstnanců, nemusela by potenciální zakázky odmítat, což by přineslo určitě větší obrát, a nemohlo by se stát, že by případní noví zákazníci byli odrazeni negativními referencemi od odmítnutých klientů.

Společnost ENCO group, s. r. o. by mohla expandovat na zahraniční trhy, například do sousedního Polska či Slovenska, ale toto je nereálné se stávajícím počtem zaměstnanců, které mají.

Co se týče prezentace firmy mohlo by dojít k určitému zlepšení. Určitě bych doporučila aktualizovat webové stránky a zároveň do budoucna zvážit využití propagačního nástroje a to reklamy, ale nyní si myslím, že není třeba investovat do tak nákladné položky, protože se firma potýká s nadbytkem zakázek.

Silnou stránkou společnosti ENCO group, s. r. o. jsou její kvalifikovaní pracovníci, kteří mají dlouholeté zkušenosti v oboru a navíc klíčoví z nich jsou hmotně zainteresovaní svým podílem ve firmě, což je velice motivujícím elementem pro jejich výkonnost. Jako velkou příležitost pro firmu vidím v rostoucím trendu

využívání obnovitelných zdrojů energie, který by měla sledovat a rozšířit své kapacity, aby mohla uspokojit větší počet zákazníků.

4.4. Finanční analýza

V této části mé bakalářské práce se budu věnovat analýze vývoje hospodaření společnosti ENCO group, s. r. o. . Protože ve firmě finanční analýza ještě nebyla provedena, vypracuji ji od doby působnosti této společnosti na trhu, tedy od roku 2004 - 2009. Informace budu čerpat z rozvahy a výkazu zisku a ztráty, popřípadě z dalších mi poskytnutých interních zdrojů. Jelikož společnost v roce 2009 přecházela na hospodářský rok, není dosud uzavřeno účetní období a nejsou k dispozici účetní výkazy. Protože je pro mou finanční analýzu rok 2009 stěžejní, sestavila jsem rozvahu a výkaz zisku a ztráty za tento rok samostatně. Hodnoty však musíme brát pouze orientačně, nejsou v nich zohledněny aspekty, jež se zakomponovávají na konci účetního období jako například dohadné položky, opravné položky k pohledávkám a náklady příštího období. Všechny níže uvedené tabulky, obrázky či grafy jsem zpracovala samostatně dle účetních výkazů společnosti.

4.4.1. Analýza absolutních ukazatelů

Jak jsem se již zmínila v teoretických východiscích, analýza absolutních ukazatelů v sobě zahrnuje dvě části a to horizontální a vertikální analýzu. Protože se vertikální analýza využívá zejména při analýze aktiv a pasiv podniku, provedu ji pouze u rozvahy a naopak na rozbor výkazu zisku a ztráty použiji horizontální analýzu. V následujících dvou podkapitolách věnuji pozornost slovní popřípadě grafické interpretaci nejdůležitějších kategorií, kompletní horizontální a vertikální analýzu je možné nalézt v příloze.

4.4.1.1. Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty

Následující tab. 4. 7 zachycuje zkrácenou horizontální analýzu výkazu zisku a ztráty za období 2004 - 2009, zaměřila jsem se na nejdůležitější položky a to všechny kategorie výsledku hospodaření, obchodní marži, která vyjadřuje rozdíl mezi tržbami za prodej zboží a náklady vynaloženými na prodané zboží, a také přidanou hodnotu jako součet obchodní marže a rozdílu mezi výkony a výkonovou spotřebou.

Tab. 4.7 Zkrácená horizontální analýza výkazu zisku a ztráty

ZKRÁCENÁ HORIZONTÁLNÍ ANALÝZA										
Výkaz zisku a ztráty										
ve zjednodušeném rozsahu v tis. Kč										
Položka	Změna 2009/2008		Změna 2008/2007		Změna 2007/2006		Změna 2006/2005		Změna 2005/2004	
	v tis. Kč	v %	v tis. Kč	v %	v tis. Kč	v %	v tis. Kč	v %	v tis. Kč	v %
Obchodní marže	1526	46,5	1062	47,8	497	28,8	170	10,9	1551	51700,0
Přidaná hodnota	2577	22,5	4127	56,3	2120	40,7	-2850	-35,4	3614	81,3
Provozní výsledek hospodaření	3885	71,1	2829	107,5	1632	163,2	-2976	-74,8	949	31,4
Finanční výsledek hospodaření	-38	88,4	36	-45,6	4	-4,8	-85	-4250,0	-58	-96,7
Mimořádný výsledek hospodaření	-4	-100,0	0	-	0	-	0	-	0	-
Výsledek hospodaření za účetní období	3227	76,4	2283	117,7	1205	164,2	-2260	-75,5	760	34,0
Výsledek hospodaření před zdaněním	3843	70,9	2865	112,2	1636	178,4	-3060	-76,9	890	28,8

Z tab. 4.7 je patrné, že všechny kategorie výsledku hospodaření, vyjma finančního a mimořádného výsledku hospodaření, mají rostoucí trend. Odlišně tomu tak bylo v roce 2006, kdy tyto kategorie výsledku hospodaření zaznamenaly cca 75% pokles oproti předchozímu roku, což bylo způsobeno jednak o cca 35% nižší hodnotou přidané hodnoty, o 125% se zvýšila hodnota daní a poplatků a o cca 67% se snížily tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu. Velice kladně hodnotím růst čistého zisku v době, kdy do ČR dorazila celosvětová ekonomická krize. V roce 2008 se zvýšil o cca 2,2 mil. Kč a v roce 2009, kdy mnoho podniků končilo svou podnikatelskou činnost, vzrostl čistý zisk o 3,2 mil. Kč. Finanční výsledek hospodaření má klesající trend, výjimkou byl rok 2008, kdy jeho záporná hodnota se zlepšila a ztráta byla menší o 45%. Záporné hodnoty tohoto výsledku hospodaření jsou však obvyklé. Zajímavé je podívat se na položky tržeb. Tržby za prodej zboží se rok od roku zvyšují a dokonce v období prvopočátků krize se v roce 2008 zvýšily o cca 77%, avšak náklady na prodané zboží vzrostly o cca 82%, což se negativně projevilo na růstu přidané hodnoty, která se změnila pouze o 56%. Rostoucí trend mají také výkony, výjimkou byl rok 2009, kdy mírně poklesly o 0,3%. Kladně hodnotím pokles výkonové spotřeby v roce 2009, která se snížila o 6%.

4.4.1.2. Vertikální analýza rozvahy

Na rozdíl od horizontální analýzy, kde jsem zkoumala meziroční změny položek, v této analýze budu zkoumat procentní zastoupení určité položky k bilanční sumě.

Když se podíváme do grafu 4.1, vidíme, že zhruba 90% aktiv tvoří oběžná aktiva, což je specifické pro nevýrobní společnosti, a zhruba 10% aktiv tvoří stálá aktiva. Podíl stálých aktiv má rostoucí trend a naopak podíl oběžných aktiv klesá, což zřejmě souvisí s tím, že si vlastníci uvědomili, že obecně výnosnější je pro firmu, má-li investovány prostředky do dlouhodobějších aktiv, ovšem za předpokladu zajištění likvidity. Podíváme-li se blíže na položky stálých aktiv, největší část tvoří dlouhodobý hmotný majetek cca 10,2%, zbylou část tvoří dlouhodobý finanční majetek, který má klesající trend. Podíváme-li se detailněji na položky oběžných aktiv, zjistíme, že cca 58% tvoří krátkodobé pohledávky, v předchozích letech 54% a 41%, jejich podíl je opravdu vysoký a navíc v čase stoupá. Kdyby tyto prostředky firma neměla vázány v pohledávkách, mohla by je efektivněji využít například je nechat zhodnocovat. Povšimnout si můžeme také klesajícího trendu podílu zásob a naopak rostoucího podílu krátkodobého finančního majetku.

Graf 4.1 Vertikální analýza aktiv



Pokud se podíváme na stranu pasiv, vidíme, že v prvních dvou letech podnikání byly převažujícím zdrojem financování podnikových potřeb cizí zdroje, tvořily v průměru cca 57% z bilanční sumy a největší podíl na cizích zdrojích měly krátkodobé závazky. V roce 2006 se situace změnila, došlo k nárůstu podílu vlastního kapitálu na pasivech a vlastní zdroje se staly převažujícím zdrojem financování. Podíl vlastních zdrojů na bilanční sumě má rostoucí tendenci, jak vidíme z grafu 4.2, podnik by si měl však dát pozor, aby tato hodnota nebyla příliš vysoká, mělo by to negativní dopad na rentabilitu, protože vlastní zdroje financování jsou považovány za nákladnější než cizí. Podíváme-li se na položky tvořící vlastní kapitál,

největší podíl má výsledek hospodaření minulých let, jehož hodnota se pohybuje okolo 40%, další významnou položkou je výsledek hospodaření běžného období, který má rostoucí tendenci. Největší položkou patřící mezi cizí zdroje financování jsou krátkodobé závazky, jejichž podíl se pohybuje okolo 40%. Malou část cca 2% cizích zdrojů tvoří ještě dlouhodobé závazky. Společnost nemá žádné bankovní úvěry ani jiný další úročený cizí kapitál.

Graf 4.2 Vertikální analýza pasiv



4.4.2. Poměrová analýza

V předchozích analýzách byl sledován vývoj jedné položky ať už v čase nebo k vztažné veličině. Nyní se budu věnovat poměřování jednotlivých položek mezi sebou. Využiji k tomu ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity. Všechny výpočty, které zde uvedu, jsem provedla samostatně na základě účetních výkazů společnosti a budu je srovnávat jednak s doporučenými hodnotami, ale také s oborovým průměrem Ministerstva průmyslu a obchodu.

4.4.2.1. Ukazatele rentability

Ukazatele rentability jsou zařazovány k nejpoužívanějším a nejsledovanějším ukazatelům v praxi, protože vlastně dávají informaci o tom, jakého efektu bylo dosaženo vloženým kapitálem. Měly by mít rostoucí trend.

Tab. 4.8 Vývoj ukazatelů rentability

UKAZATELE RENTABILITY v %							
Ukazatel	Vzorec	Rok					
		2009	2008	2007	2006	2005	2004
ROA - rentabilita aktiv	2.4	32,12	27,78	19,29	9,14	30,77	52,63
ROE - rentabilita vlastního kapitálu	2.6	40,88	39,19	23,94	11,91	55,16	91,78
ROS - rentabilita tržeb	2.7	11,15	6,88	4,66	2,84	12,33	19,18

Ukazatel rentability aktiv (ROA) poměřuje mezi sebou zisk s celkovými aktivy a vyjadřuje míru zhodnocení celkového vloženého kapitálu do podnikatelské činnosti podniku. Je žádoucí, aby jeho hodnota byla co nejvyšší. Podíváme-li se do tab. 4.8, vidíme, že ukazatel rentability aktiv má od roku 2007 rostoucí tendenci, nejnižší hodnotu měl v roce 2006, což bylo způsobeno poklesem provozního hospodářského výsledku cca o 75% oproti roku 2005. Doporučená hodnota pro tento ukazatel je 9%, což společnost ENCO group, s. r. o. splňuje ve všech letech. Když firmu srovnám s oborovým průměrem Ministerstva obchodu a průmyslu, který byl v roce 2008 7,38% a v roce 2009 8,88%, společnost se pohybuje o více jak 21% nad oborovým průměrem, což je velice pozitivní a měla by si tento stav udržet.

Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE) poměřuje čistý zisk s vlastním kapitálem firmy a vyjadřuje míru zhodnocení vlastních prostředků do podnikatelské činnosti. Hodnota tohoto ukazatele má opět rostoucí tendenci, jak vidíme v tab. 4.8, což je způsobeno větším vytvořeným ziskem. Souběh rostoucího ROE spolu s rostoucím ziskem je žádoucí v případě, že rostou také peněžní prostředky, což v našem případě souhlasí. Výjimkou je opět rok 2006, kdy hodnota tohoto ukazatele je na nejnižší úrovni, což bylo způsobeno jednak snížením tvorby zisku, ale také zvýšením podílu vlastního kapitálu ve vztahu k bilanční sumě. Srovnám-li hodnoty ROE s doporučenou hodnotou, která je 10%, tak se opět ve všech letech pohybujeme nad touto úrovní a podívám-li se na oborový průměr, který byl v roce 2008 17,57% a v roce 2009 17,24%, tak podnik zhodnocoval svůj vlastní kapitál cca o 23%.

Ukazatel rentability tržeb (ROS) poměřuje určitou kategorii zisku s tržbami a vyjadřuje ziskovost tržeb, tedy kolik připadá zisku na 1Kč tržeb. Hodnoty tohoto ukazatele by měly vykazovat rostoucí tendenci, což podle tab. 4.8 odpovídá a čím vyšší je hodnota tohoto ukazatele, tím lépe pro podnik. Nejnižší hodnotu ROS měl opět rok 2006, což bylo způsobeno značným poklesem čistého zisku cca o 75% oproti předchozímu roku. Podíváme-li se například na oborový průměr roku 2007, který činil 4,66%, pohybujeme se na stejné úrovni, tzn. že společnost uplatňuje výstupy ze své činnosti ve stejné míře jako je oborový průměr.

4.4.2.2. Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity hodnotí, jak management podniku využívá aktiva a jaký vliv má toto využívání na výnosnost a likviditu. Protože k nejdůležitějším ukazatelům z této oblasti patří doba obratu pohledávek a závazků, budu se věnovat právě těmto veličinám.

Tab. 4.9 Vývoj ukazatelů aktivity

UKAZATELE AKTIVITY ve dnech							
Ukazatel	Vzorec	Rok					
		2009	2008	2007	2006	2005	2004
Doba obratu závazků	2.10	54,65	46,85	45,25	57,10	95,33	100,46
Doba obratu pohledávek	2.11	90,44	62,27	48,67	66,34	92,84	56,59

Doba obratu závazků vyjadřuje počet dní, který uplyne od příjmu zboží až k jeho zaplacení firmou a charakterizuje tak vlastně platební morálku podniku vůči svým dodavatelům. Hodnoty tohoto ukazatele by měla být spíše stabilní. Podíváme-li se do tab. 4.9, vidíme, že v prvním třech letech podnikatelské činnosti se platební morálka společnosti zlepšovala, tzn. trvalo firmě kratší dobu než zaplatila fakturu dodavateli. V roce 2008 je však tato hodnota mírně vyšší oproti předchozímu roku a stoupá, což může být důsledek toho, že morálka odběratelů společnosti se rapidně zhoršila, a tak firma se svým splácením faktur také posečkala.

Doba obratu pohledávek vypovídá o tom, za jak dlouho odběratelé platí firmě faktury a charakterizuje tak platební morálku odběratelů vůči podniku. Hodnoty tohoto ukazatele by měly mít klesající tendenci. Podíváme-li se však do tab. 4.9, není tomu tak. Doba obratu pohledávek naopak narůstá, což vlastně znamená, že odběratelé firmě zaplatí faktury v průměru cca za 90 dní.

Obecně by mělo platit, že doba obratu závazků bude delší než doba obratu pohledávek a vzniklý rozdíl slouží firmě jako dodavatelský úvěr. Z tab. 4.9 bohužel vyplývá, že je tomu přesně naopak, což znamená, že firma zaplatí faktury dodavatelům cca za 55 dní, ale od odběratelů zinkasuje své peníze až za cca 90 dní a v tomto mezičase se může dostat do druhotné platební neschopnosti. Společnost ENCO group, s. r. o. by proto měla přezkoumat platební kázeň odběratelů, případně přistoupit na určitá opatření, která by tuto morálku zlepšila.

4.4.2.3. Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti posuzují vztah mezi zdroji financování podnikových potřeb, tedy mezi cizími a vlastními zdroji. V rámci této oblasti budu hodnotit pouze dva ukazatele, a to ukazatel celkové zadluženosti a koeficient samofinancování. Další z nich jako ukazatel úrokového krytí, doba splacení dluhu či úvěrové zatížení nemá smysl počítat, protože firma neoperuje s explicitně úročeným cizím kapitálem jako jsou například bankovní úvěry a výpomoci či emitované dluhopisy.

Tab. 4.10 Vývoj ukazatelů zadluženosti

UKAZATELE ZADLUŽENOSTI v %							
Ukazatel	Vzorec	Rok					
		2009	2008	2007	2006	2005	2004
Celková zadluženost Debt ratio	2.12	37,12	45,21	40,80	43,71	58,0	56,51
Podíl vlastního kapitálu Equity ratio	2.14	62,88	54,79	59,31	56,29	42,01	42,32

Ukazatel celkové zadluženosti poměřuje mezi sebou celkové dluhy společnosti s celkovými aktivy a vyjadřuje věřitelské riziko. Měl by mít klesající tendenci, protože s růstem jeho hodnoty, roste také riziko věřitelů, že při případné platební neschopnosti o svůj vložený majetek přijdou. Kapitálová struktura společnosti ENCO group, s. r. o. se v čase měnila, jak vidíme v tab. 4.10. V prvních dvou letech podnikatelské činnosti více využívala cizí zdroje financování, to odpovídá rozložení zdrojů financování oborovému průměru s tím, že obor využíval z cca 69% cizí zdroje a firma o cca 12% méně. Od roku 2006 se staly převažujícím zdrojem financování ve společnosti ENCO group, s. r. o. vlastní zdroje, což je zcela odlišná situace než v oboru, tam totiž zůstala struktura zdrojů přikloněna k cizímu kapitálu.

4.4.2.4. Ukazatele likvidity

Ukazatele likvidity odhalují, zda je podnik schopen splácet své závazky, což je podmínkou jeho úspěšné existence. Podle toho, jaká položka dle likvidnosti se v čitateli objevuje, můžeme vypočítat okamžitou, pohotovou a celkovou (běžnou) likviditu.

Tab. 4.11 Vývoj ukazatelů likvidity

UKAZATELE LIKVIDITY							
Ukazatel	Vzorec	Rok					
		2009	2008	2007	2006	2005	2004
Okamžitá likvidita Cash ratio	2.17	0,81	0,52	0,85	0,91	0,73	0,95
Pohotová likvidita Acid test	2.16	2,47	1,85	1,92	2,07	1,71	1,51
Celková likvidita Current ratio	2.15	2,56	2,27	2,48	2,42	1,76	1,52

Okamžitá likvidita neboli likvidita 1. stupně poměřuje mezi sebou nejlikvidnější prostředky s krátkodobými závazky. Jedná se opravdu o přesný ukazatel. Měl by mít rostoucí tendenci. Podíváme-li se do tab. 4.11, vidíme, že hodnoty ukazatele okamžité likvidity jsou velice kolísavé, ale v posledním roce můžeme pozorovat nárůst. Srovnáme-li je s doporučenou hodnotou, která je 0,2 - 1,1, vidíme, že sice v tomto rozmezí firma je, ale blíží se horní hranici, což je pozitivní. Podíváme-li se na oborový průměr, který v roce 2008 byl 0,26 a v roce 2009 0,16, zjistíme, že na tom je firma o dost lépe, hodnoty ukazatele okamžité likvidity byly v roce 2008 0,52 a v roce 2009 dokonce 0,81, což je opravdu pozitivní. Firma by měla mít na paměti, že tento fakt je jednak výhodný z hlediska získání nových finančních prostředků od věřitelů, ale příliš vysoká likvidita může snižovat rentabilitu, pakliže nejsou finanční prostředky ukládány do výnosnějších forem aktiv jako například do dlouhodobého majetku.

Pohotová likvidita neboli likvidita 2. stupně dává do poměru oběžná aktiva mimo zásoby s krátkodobými závazky. Tento ukazatel by měl mít opět rostoucí tendenci. Stejně jako ukazatel okamžité likvidity, má i tento kolísavou tendenci, ale v roce 2009 můžeme pozorovat nárůst. Porovnáme-li vypočtené hodnoty s doporučenými, které jsou v rozmezí od 1 - 1,5, tak ve všech letech podnikatelské činnosti vidím hodnoty vyšší. Pohotová likvidita v oboru činila v roce 2008 1,26 a v roce 2009 1,37, což je opět níž, než u společnosti ENCO group, s. r. o. Pokud srovnám pohotovou likviditu s likviditou běžnou (celkovou), není mezi jejich hodnotami velký rozdíl, což vlastně dokládá, že společnost nedrží nadměrně peněžní prostředky v zásobách, ale v jiné likvidnější formě.

Celková (běžná) likvidita neboli likvidita 3. stupně poměřuje mezi sebou oběžná aktiva s krátkodobými závazky. Tento ukazatel by měl mít stabilní trend a jeho hodnoty by se měly pohybovat v doporučené mezi 1,5 - 2,5. I přesto vyjdou-li

hodnoty ukazatele větší než 1,5, nemůžeme s jistotou říci, že firma je či bude solventní, v oběžných aktivech se totiž mohou objevit nelikvidní prostředky například ve formě nedobytných pohledávek či nevyužitelných zásob. Podíváme-li se na vývoj tohoto ukazatele v čase, pohybuje se od roku 2006 nad hranicí 2, což je velmi dobrá a pozitivní hodnota. Srovnám-li ENCO group, s. r. o. s oborem, kdy v roce 2008 byl oborový průměr 1,4 a v roce 2009 1,56, opět je na tom mnou analyzovaný podnik lépe.

4.4.3. Souhrnný index hodnocení - Index důvěryhodnosti

K zhodnocení finanční situace podniku se používají nejen jednotlivé poměrové ukazatele, ale také tzv. souhrnné modely či indexy, které však mají nižší vypovídací schopnost. Jejich cílem je vyjádřit finanční situaci a výkonnost podniku jedním číslem. Já jsem použila k tomuto vyjádření model IN - Index důvěryhodnosti a to proto, že přihlíží ke specifickým českého podnikatelského prostředí.

Tento model je řazen mezi bankrotní modely a to proto, že jeho výsledek dokáže informovat o tom, zda v dohledné době je firma ohrožena bankrotem či nikoli. Má dvě části - věřitelský model, který respektuje nároky věřitelů na likviditu a zohledňuje obor podnikání a vlastnický, pro něhož není důležitý obor podnikání, ale spíše schopnost efektivně zacházet se svěřenými prostředky. Při výpočtu hodnot jsem vycházela ze vzorců 2.20 a 2.21 uvedených v teoretické části a váhy k indexu důvěryhodnosti IN95 jsem čerpadla z knihy Růčková (2010, str.128).

Podíváme-li se na tab. 4.12, vidíme hodnoty indexu důvěryhodnosti - věřitelské verze, jak se vyvíjely v čase. Při výpočtu tohoto ukazatele jsem použila odvětvové váhy a proto mohu společnost ENCO group, s. r. o. srovnávat v rámci odvětví. Za podnik s dobrým finančním zdravím se považuje ten, jehož hodnota indexu IN95 je vyšší jak 2. Společnost ENCO group, s. r. o. vykazovala hodnoty mnohokrát vyšší, což tab. 4.12 jednoznačně potvrzuje, proto mohu konstatovat, že se jedná o podnik, jemuž potenciální existenční problémy nehrozí.

Tab. 4.12 Vývoj indexu IN95

INDEX DŮVĚRYHDNOSTI - VĚŘITELSKÁ VERZE			
Index IN95	Rok		
	2009	2008	2007
	23,22748	35,2816	8,716036

Jak jsem se zmiňovala výše, kromě věřitelské verze existuje také verze vlastnická, která přikládá váhu schopnosti efektivně zacházet se svěřenými prostředky. Proto při výpočtu jsem nezohledňovala obor podnikání, ale přiřadila jsem ukazatelům váhu, která je identická pro všechny obory podnikání. Podíváme-li se níže do tab. 4.13, všechny hodnoty indexu IN99 jsou vyšší jak stanovená hodnota 2,07, což opět znamená, že i z vlastnického hlediska je společnost ENCO group, s. r. o. podnik s dobrým finančním zdravím.

Tab. 4.13 Vývoj indexu IN99

INDEX DŮVĚRYHODNOSTI - VLASTNICKÁ VERZE			
Index IN99	Rok		
	2009	2008	2007
	2,628887	2,808061	2,393858

Shrňeme-li si oba výsledky, dojdeme k názoru, že společnost ENCO group, s. r. o. můžeme považovat za podnik, který se svěřenými prostředky hospodaří efektivně. Z pozice věřitelů nepřináší zvýšené riziko a investorům zajišťuje zhodnocení jejich finančních prostředků.

4.5. Zhodnocení finanční situace a návrhy řešení

V této části bych chtěla shrnout výsledky mnou provedené finanční analýzy, kterou jsem realizovala za celou dobu působnosti společnosti ENCO group, s. r. o. na trhu, tedy od roku 2004 - 2009 a případně navrhnout řešení, která by mohla vést ke zlepšení finanční situace společnosti v oblastech, které se ukázaly jako slabší. Společnost ENCO group, s. r. o. považuji po provedené finanční analýze za podnik s dobrým finančním zdravím. Ve většině oblastí vykazuje velice pěkných a nadprůměrných hodnot, jsou ale oblasti, v nichž je průměrný.

Za obecně nejslabší rok považuji rok 2006, kdy všechny kategorie výsledku hospodaření vykazovaly mnohem nižší hodnoty oproti předcházejícímu roku, například provozní hospodářský výsledek byl o 75% nižší než v předchozím roce, což bylo způsoben jednak poklesem tržeb z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu, snížila se také přidaná hodnota a naopak zvýšení zaznamenala položka daní a poplatků. Velice kladně hodnotím nárůst čistého zisku o cca 2,2 mil. Kč v roce

2008, kdy ČR pocítila následky celosvětové ekonomické krize a mnoho podniků končilo svou podnikatelskou činnost. Dalším kladem je také neustálé zvyšování tržeb za prodej zboží, které v roce 2008 vzrostly o 77% oproti předchozímu roku. S tímto zvýšením šel paralelně také růst nákladů na prodané zboží, které vzrostly o cca 82%, toto se negativně podepsalo na přidané hodnotě, která se změnila pouze o 56%.

Při vertikální analýze aktiv jsem zjistila, že zhruba 90% bilanční sumy tvoří oběžná aktiva a zbytek aktiva stálá, což je specifické pro nevýrobní společnosti. Největší část stálých aktiv tvoří dlouhodobý hmotný majetek. V oběžných aktivech největší část reprezentují krátkodobé pohledávky, jež tvoří zhruba 58%. Vertikální analýza pasiv odhalila, že převažujícím zdrojem financování jsou vlastní zdroje, ty tvoří v průměru asi 63% z bilanční sumy, zbytek zastupují zdroje cizí, jejichž největší části jsou krátkodobé závazky, které tvoří asi 35%.

Co se týče ukazatelů rentability, společnost ENCO group, s. r. o. vykazuje nadprůměrných hodnot. Všechny ukazatele rentability, jež jsem počítala a analyzovala, vykazují rostoucí tendenci, což je velice pozitivní, takže v této oblasti nemám co bych vytkla.

U ukazatelů aktivity společnost vykazuje nedostatky, které by bylo třeba řešit. Doba, za kterou společnost ENCO group, s. r. o. v průměru platí faktury dodavatelům je cca 55 dní, od odběratelů však inkasuje peníze až cca za 90 dní, což je přesně naopak než by mělo být. Doba obratu závazků je skoro ve všech sledovaných obdobích nižší než doba obratu pohledávek a společnost se díky tomuto faktu může dostat do druhotné platební neschopnosti. Když ještě zohledníme fakt, že se potýkáme s finanční krizí a odběratelé se díky ní mohou se splácením ještě více opozdit či nezaplatit vůbec, měl by se tento problém řešit, aby se společnost ENCO group, s. r. o. opravdu nedostala do druhotné platební neschopnosti. Řešením by mohlo být například lepší prověřování si klienta, zakomponování do obchodních smluv striktnějších sankcí za nedodržení podmínek. V případě větších zakázek by měla firma požadovat zálohy, což nedělá, ale je to obvyklé, tím si zajistí příjem alespoň části peněžních prostředků, které může jinak efektivněji využít. Mohla by také poskytovat skonta za dřívější zaplacení a preventivně zkrátit dobu poskytování obchodního úvěru, aby se zákazníci naučili lepší platební kázní. Pokud však již dojde k prodlení se splácením faktur, je zapotřebí odběratele neustále urgovat a přistoupit například na možnost splácení závazku formou splátek, což by se firmě mohlo vyplatit, protože by si kromě sankce za pozdní splacení zakomponovala i úrok.

Co se týče ukazatelů zadluženosti, u firmy ENCO group, s. r. o. převládají vlastní zdroje financování nad cizími, vyjádřím-li tento fakt v číslech, tak míra zadluženosti společnosti byla v roce 2009 zhruba 37%, což je v zemích patřících do Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj obvyklé. Největší položkou tvořící cizí zdroje jsou krátkodobé závazky, které v roce 2009 dosahovaly výše 35% z celkové bilanční sumy. Podnik nemá žádný úročený cizí kapitál. Obecně by měla platit zásada, že podíl vlastního kapitálu by měl být vyšší než podíl kapitálu cizího, a to z toho důvodu, že cizí kapitál je nutné splatit, navíc pokud by tomu tak nebylo, větší riziko by nesli věřitelé a ne vlastníci, a to by mohlo vést k obtížím při získání úvěru. Společnost ENCO group, s. r. o. by si podle mého názoru měla nadále uhlídat stávající poměr mezi vlastními a cizími zdroji financování podnikových potřeb, protože to kladně ovlivňuje rentabilitu.

U všech vypočtených ukazatelů likvidity firma vykazuje vyšší hodnoty než je oborový průměr. V roce 2009 byla hodnota ukazatele okamžité likvidity 0,81 a oborový průměr se pohyboval okolo 0,16. Podobně tomu tak bylo u ukazatele pohotové likvidity, kdy hodnoty oboru byly v roce 2009 1,37, firemní vykazovala hodnotu 2,46 a u ukazatele celkové likvidity oborová hodnota činila 1,78 a firemní 2,26. Tento fakt je sice pozitivní z hlediska možného získání finančních prostředků od věřitelů, ale na druhou stranu může příliš vysoká hodnota likvidity negativně ovlivnit rentabilitu.

Jako poslední jsem provedla analýzu indexu důvěryhodnosti, který jedním číslem vyjádřil, jak na tom společnost ENCO group, s. r. o. je. Výsledky jak věřitelské verze, tak verze vlastnické vyšly velice dobře, což dokládá, že společnost ENCO group, s. r. o. je podnik s dobrým finančním zdravím a nehrozí mu potenciální existenční problémy.

4.6. Kompletní zhodnocení, doporučení a návrhy řešení

V této kapitole se vynasnažím kompletně shrnout a zhodnotit výsledky všech mnou provedených analýz, doporučit kroky vedoucí ke zlepšení či udržení pozice společnosti ENCO group, s. r. o. na trhu a také navrhnout řešení, která by měla vést ke zlepšení stávajícího stavu společnosti.

Z provedených analýz je patrné, že ENCO group, s. r. o. je značně perspektivní a finančně zdravý podnik. Při analýze konkurence jsem nenašla podnik, jehož nabídka služeb by odpovídala té od ENCO group, s. r. o. Tato společnost totiž má své portfolio služeb velice heterogenní, což je podle mého názoru nesmírnou výhodou. Ve své nabídce má značně nadějně služby, poptávka po nich totiž vykazuje rostoucí trend, společnost by toho tedy měla využít. Silnou stránkou ENCO group, s. r. o. jsou její kvalifikovaní pracovníci, ti mají dlouholeté zkušenosti v oboru. Z analýz je také zřejmé, že společnosti chybí zaměstnanci, nestíhá totiž vyřizovat objednávky, některé zakázky dokonce odmítá. Kdyby přibrala alespoň jednoho pracovníka, určitě by to mělo pozitivní efekt. Vzrostly by tržby a mohla by například expandovat na zahraniční trhy, což se stávajícím počtem zaměstnanců není možné.

Pomocí finanční analýzy bylo zjištěno, že společnost ENCO group, s. r. o. je podnik s dobrým finančním zdravím. U skoro všech ukazatelů vykazuje nadprůměrných hodnot, výjimkou jsou ukazatele aktivity, kde společnost má nedostatky, které by bylo třeba řešit. Obecně nejslabší byl rok 2006, kde všechny kategorie výsledku hospodaření vykazovaly mnohem nižších hodnot než v ostatních letech, což bylo způsobeno více aspekty - jednak poklesem tržeb z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu, nižší přidanou hodnotou a také zvýšením položky daní a poplatků. Kladně hodnotím nárůst čistého zisku v roce 2008 o cca 2,2 mil. Kč. Co se týče ukazatelů rentability, likvidity a zadluženosti opět zaznamenávám nadprůměrné hodnoty. Problematickou oblastí jsou ukazatele aktivity, podnik totiž platí faktury dodavatelům za cca 55 dní, ale inkasuje peníze od odběratelů až za cca 90 dní, díky tomuto se může dostat do druhotné platební neschopnosti. Měl by proto tento problém řešit a efektivněji řídit pohledávky (například lepší prověřování klienta, požadování záloh, sankce za nedodržení podmínek, skonta za dřívější zaplacení). Z analýzy indexu důvěryhodnosti je patrné, že společnosti nehrozí potenciální existenční problémy.

4.7. SWOT analýza

V této kapitole využiji informací, jež jsem zjistila z předchozích analýz, tedy z analýzy PEST, Porterova modelu pěti konkurenčních sil a z finanční analýzy a pokusím se vytvořit výčet silných a slabých stránek společnosti ENCO group, s. r. o. a nastínit potenciální příležitosti a hrozby, jež skýtá mikro a makrookolí obklopující podnik.

Tab. 4.14 SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none">➤ kvalifikovaná pracovní síla➤ diverzifikace portfolia služeb➤ stálí zákazníci➤ kvalita poskytovaných služeb➤ přizpůsobení se požadavkům zákazníka➤ vysoká poptávka po službách podniku	<ul style="list-style-type: none">➤ nejasná strategická představa➤ vysoká doba obratu pohledávek➤ není příliš věnována pozornost prezentaci firmy
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none">➤ expanze na zahraniční trhy➤ možnost potenciálního růstu díky vysoké poptávce po jejich službách➤ rostoucí trend využívání obnovitelných zdrojů energie➤ získání nových zákazníků	<ul style="list-style-type: none">➤ přetrvávající platební nekázeň odběratelů➤ rostoucí konkurence➤ odchod klíčových zaměstnanců➤ pozastavení povolování fotofoltaických elektráren➤ nepotvrzení pravidla solventnosti

5. Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se věnovala vývoji hospodaření společnosti ENCO group, s. r. o. v letech 2004 - 2009 a jejímu současnému stavu. Chtěla jsem zjistit jak celosvětová ekonomická krize, která postihla v roce 2008 i ČR, ovlivnila hospodaření mnou analyzované společnosti.

Nejprve jsem nastínila teoretická východiska vybrané problematiky a vysvětlila podstatu a využití metod používaných k posouzení stavu podniku. V další části jsem ve stručnosti představila mnou analyzovanou společnost. Poté jsem se vrhla už na konkrétní aplikaci vybraných analýz. Provedla jsem zmapování okolí podniku a to jak na mikro, tak na makroúrovni. K tomuto jsem použila analýzu PEST a Porterův model pěti konkurenčních sil. V následující kapitole jsem zhodnotila výsledky analýzy okolí a doporučila kroky vedoucí k udržení či zlepšení pozice na trhu. Zanalyzovala jsem také finanční situaci společnosti ENCO group, s. r. o. a k tomu to jsem využila vertikální analýzu rozvahy, horizontální analýzu výkazu zisku a ztráty, vypočetla jsem poměrové ukazatele a také posoudila stav společnosti pomocí souhrnného indexu hodnocení - modelu IN. Poté jsem zhodnotila celkovou finanční situaci společnosti a navrhla řešení pro její zlepšení. V neposlední řadě jsem také provedla SWOT analýzu, do které jsem využila informace z předchozích analýz a vytvořila jsem tak seznam silných a slabých stránek podniku, jeho příležitostí a hrozeb.

Cílem mé bakalářské práce bylo zanalyzovat a zhodnotit vývoj hospodaření a současný stav společnosti ENCO group, s. r. o. Myslím si, že tohoto cíle bylo dosaženo a že má bakalářská práce bude pro ni přínosem. Pomohla jsem vedení podniku lépe pochopit význam položek v účetních výkazech, udělala jsem finanční analýzu, která v podniku nikdy provedena nebyla a také upozornila jaké příležitosti a hrozby na něj číhají v jeho okolí. Navíc informace a analýzy obsažené v mé bakalářské práci mohou být firmě podkladem pro tvorbu strategie.

Seznam použité literatury

Knihy

1. DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. 256 s. ISBN 80-7179-603-4.
2. DLUHOŠOVÁ, D. *Finanční řízení a rozhodování podniku*. 1. vyd. Praha: EKOPRESS, 2006. 191 s. ISBN 80-86119-58-0.
3. KISLINGEROVÁ, E.; HNILICA, J. *Finanční analýza - krok za krokem*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 137 s. ISBN 80-7179-321-3.
4. PAVELKOVÁ, D; KNÁPKOVÁ, A. *Podnikové finance*. 4. vyd. Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008. 293 s. ISBN 80-7318-457-5.
5. PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. 1. vyd. Přel. K. Kvapil. Praha: Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
6. RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-2481-2.
7. RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 144 s. ISBN 978-80-247-3308-1.
8. SEDLÁČKOVÁ, H. *Strategická analýza*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2000. 101 s. ISBN 80-7179-422-8.
9. STROUHAL, J. *Finanční řízení firmy v příkladech*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2006. 178 s. ISBN 80-251-0913-5.
10. THOMPSON, A.; STRICKLAND, A. J. *Strategic management, Concepts and cases*. 9th ed. Boston: R.D. Irwin, 1996. 1035 s. ISBN 0-256-16205-0.
11. TYLIŇSKA, R. *Analiza SWOT instrumentem w planowaniu rozwoju*. 1. vyd. Warszawa: WSiP, 2005. 40 s. ISBN 83-02-09527-3.
12. VALACH, J. *Finanční řízení podniku*. 2. vyd. Praha: EKOPRESS, 1999. 324 s. ISBN 80-86119-21-1.

Elektronické zdroje

13. KUSÝ, Petr: Podpora OZE pro rok 2010 z pohledu ERÚ. *Biom.cz* [online]. 2009-12-28 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <<http://biom.cz/cz/odborne-clanky/podpora-oze-pro-rok-2010-z-pohledu-eru>>. ISSN: 1801-2655.
14. JANDA, Jan: Finanční krize: vznik, vývoj a předpovědi. *Měšec.cz* [online]. 2008-10-29 [cit. 2009-03-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/financni-krize-vznik-vyvoj-a-predpovedi/>>
15. *Doing Business* [online]. 2010 [cit. 2010-03-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=55>>
16. Český statistický úřad [online]. 01.03.2010 [cit. 2010-03-12]. Makroekonomické údaje. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/souhrnna_data>
17. *Business center.cz* [online]. 1998 - 2010 [cit. 2010-03-18]. Minimální mzda. Dostupné z WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/pracovni/minimalni_mzda.aspx>
18. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 30.10.2009 [cit. 2010-03-18]. Obnovitelné zdroje energie v roce 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument64916.html>>
19. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 30.10.2009 [cit. 2010-03-18]. Finanční analýza podnikové sféry průmyslu a stavebnictví za rok 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument71656.html>>
20. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 30.10.2009 [cit. 2010-03-18]. Finanční analýza podnikové sféry za rok 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument66391.html>>
21. *Zelená úsporám* [online]. 2009 [cit. 2010-03-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.zelenausporam.cz/>>
22. *ENCO group, s. r. o.* [online]. 2004 - 2008 [cit. 2010-02-22]. Dostupné z WWW: <<http://www.enco-group.cz/>>

Seznam zkratek

EAT (Earnings After Tax)	zisk po zdanění, čistý zisk
EBIT (Earnings Before Interest and Tax)	zisk před zdaněním a úroky
PEST (Political, Economic, Social, and Technological)	analýza politických, ekonomických, sociálních, technologických faktorů
ROA (Return On Assets)	rentabilita aktiv
ROCE (Return On Capital Employed)	rentabilita vloženého kapitálu
ROE (Return On Equity)	rentabilita vlastního kapitálu
ROS (Return On Sales)	rentabilita tržeb
SMART (specific, measurable, acceptable, realistic, timed)	cíle specifické, měřitelné, akceptovatelné, reálné, termínované
SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)	analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2010

.....
Veronika Bajerová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Krmelínská 1047
739 44 BRUŠPERK

Seznam obrázků

Obr. 2.1 Okolí podniku.....	3
Obr. 2.2 Metoda „4C“	6
Obr. 2.3 Model pěti konkurenčních sil	9
Obr. 2.4 SWOT analýza	21
Obr. 3.1 Logo společnosti ENCO group, s. r. o.	22
Obr. 3.2 Organizační struktura společnosti ENCO group, s.r.o	25
Obr. 3.3 Počet zaměstnanců	26
Obr. 4.1 Využívání obnovitelných zdrojů energie	35

Seznam tabulek

Tab. 4.1 Česká republika - umístění v „Doing Business 2010“	30
Tab. 4.2 Vývoj hrubého domácího produktu	31
Tab. 4.3 Zisk před zdaněním společnosti ENCO group, s. r. o.....	31
Tab. 4.4 Průměrné ceny průmyslových výrobců.....	32
Tab. 4.5 Minimální mzda v Kč	33
Tab. 4.6 Vývoj kurzu eura (CZK/EURO).....	34
Tab. 4.7 Zkrácená horizontální analýza výkazu zisku a ztráty.....	42
Tab. 4.8 Vývoj ukazatelů rentability	44
Tab. 4.9 Vývoj ukazatelů aktivity	46
Tab. 4.10 Vývoj ukazatelů zadluženosti	47
Tab. 4.11 Vývoj ukazatelů likvidity.....	48
Tab. 4.12 Vývoj indexu IN95.....	49
Tab. 4.13 Vývoj indexu IN99.....	50
Tab. 4.14 SWOT analýza	54

Seznam grafů

Graf 4.1 Vertikální analýza aktiv	43
Graf 4.2 Vertikální analýza pasiv	44

Seznam příloh

- Příloha č. 1 Rozvaha za období 2007 - 2009 ve zjednodušeném rozsahu
- Příloha č. 1 Rozvaha za období 2007 - 2009 ve zjednodušeném rozsahu
- Příloha č. 2 Rozvaha za období 2004 - 2006 ve zjednodušeném rozsahu
- Příloha č. 3 Výkaz zisku a ztráty za období 2007 - 2009 ve zjednodušeném rozsahu
- Příloha č. 4 Výkaz zisku a ztráty za období 2004 - 2006 ve zjednodušeném rozsahu
- Příloha č. 5 Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty za období 2007 - 2009
- Příloha č. 6 Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty za období 2005 - 2007
- Příloha č. 7 Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty za období 2004 - 2005
- Příloha č. 8 Vertikální analýza rozvahy za období 2007 - 2009
- Příloha č. 9 Vertikální analýza rozvahy za období 2004 - 2006
- Příloha č. 10 Poměrová analýza - ukazatele rentability
- Příloha č. 11 Poměrová analýza - ukazatele aktivity
- Příloha č. 12 Poměrová analýza - ukazatele zadluženosti
- Příloha č. 13 Poměrová analýza - ukazatele likvidity
- Příloha č. 14 Souhrnný index hodnocení - model IN (Index důvěryhodnosti)
- Příloha č. 15 Certifikát jakosti společnosti ENCO group, s. r. o.